

VYSOKÁ ŠKOLA BÁŇSKÁ – TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA
EKONOMICKÁ FAKULTA

KATEDRA PODNIKOHOSPODÁŘSKÁ

Využití dotací malým podnikem v metalurgickém odvětví
Use of Grants by Small Enterprise in the Metalurgical Industry

Student:	Natalia Vodičková
Vedoucí bakalářské práce:	Ing. Štverková Hana, Ph.D., MBA

Ostrava 2017

VŠB - Technická univerzita Ostrava
Ekonomická fakulta
Katedra podnikohospodářská

Zadání bakalářské práce

Student: **Natalia Vodičková**
Studijní program: B6208 Ekonomika a management
Studijní obor: 6208R020 Ekonomika podniku
Téma: **Využití dotací malým podnikem v metalurgickém odvětví**
Use of Grants by Small Enterprise in the Metallurgical Industry
Jazyk vypracování: čeština

Zásady pro vypracování:

1. Úvod
 2. Teoreticko-metodologická východiska pro analýzu podnikatelského prostředí a dotace
 3. Analýza a specifikace ruského metalurgického trhu
 4. Využití dotací OPPIK v programu Marketing
 5. Závěr
- Seznam použité literatury
Seznam zkratk
Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce
Seznam příloh
Přílohy


Seznam doporučené odborné literatury:

HAVLÍČEK, Karel a Pavla BŘEČKOVÁ. *Řízení exportních rizik malé a střední firmy*. Praha: Eupress, 2015. ISBN 978-80-7408-113-2.
ŘEHÁČEK, Petr. *Projektové řízení podle PMI*. Praha: Ekopress, 2013. ISBN 978-80-86929-90-3.
VEBER, Jaromír a Jitka SRPOVÁ. *Podnikání malé a střední firmy*. 3., aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Grada Publishing, 2012. ISBN 978-80-247-4520-6.


Formální náležitosti a rozsah bakalářské práce stanoví pokyny pro vypracování zveřejněné na webových stránkách fakulty.

Vedoucí bakalářské práce: **Ing. Hana Štverková, Ph.D., MBA**

Datum zadání: 18.11.2016
Datum odevzdání: 05.05.2017


Ing. Josef Kašík, Ph.D.
vedoucí katedry




prof. Dr. Ing. Zdeněk Zmeškal
děkan fakulty

Čestné prohlášení

„Prohlašuji, že jsem celou práci, včetně příloh, vypracovala samostatně a citovala veškeré použité zdroje.“

V Ostravě dne 24. dubna 2017



.....
Natalia Vodičková

Poděkování

Ráda bych poděkovala vedoucí mé bakalářské práce paní Ing. Štverkové Haně, Ph.D., MBA za cenné rady, odborné vedení a připomínky poskytnuté v průběhu zpracování této práce.

Dále bych chtěla poděkovat vedení společnosti UVB TECHNIK s.r.o. a především paní účetní Lence Ticháčkové za poskytnutí potřebných informací a ochotnou spolupráci při vypracování mé bakalářské práce.

Obsah

1	Úvod	5
2	Teoreticko-metodologická východiska pro analýzu podnikatelského prostředí a dotace.....	7
2.1	Podpora malého a středního podnikání	7
2.1.1	Finanční podpora.....	8
2.1.2	Nefinanční podpora	8
2.2	Definice pojmu dotace.....	9
2.2.1	Základní princip financování	10
2.2.2	Typy dotací.....	10
2.3	CzechInvest	11
2.4	Přehled investičních a strukturálních fondů	11
2.5	Programy ESI fondů v období 2014–2020	12
2.6	Systémy strukturálních a investičních fondů EU	13
2.7	Prioritní osy OPPIK.....	14
2.8	Program Marketing.....	15
2.8.1	Podporované aktivity v rámci programu	16
2.8.2	Povinná publicita.....	17
2.9	Projektový cyklus	18
2.10	Cesta k dotaci.....	19
2.11	Propagace a marketing.....	22
3	Analýza, popis a specifika ruského metalurgického trhu	25
3.1	Profil společnosti UVB TECHNIK s. r. o.	25
3.2	Současná situace v Ruské federaci	26
3.3	Export do Ruské federace.....	27
3.4	Ruské průmyslové regiony	28
3.5	Specifika metalurgického odvětví Ruské federace.....	30
3.5.1	Cílové průmyslové zóny Ruské federace	32
3.6	Cílová skupina zákazníků.....	33
3.7	Zhodnocení metalurgického prostředí metodou 4C	35
4	Využití dotace v programu Marketing OPPIK.....	38
4.1	Veletrh Metal Expo v Moskvě.....	38
4.2	Organizační a realizační náklady na veletrh.....	38
4.3	Projekt Marketing	40

4.4	Příprava na veletrh.....	42
4.5	Povinná publicita, propagace a marketing v projektu	45
4.5.1	Tvorba propagačních materiálů.....	45
4.6	Doporučení a zhodnocení	49
5	Závěr	51
	Seznam použité literatury.....	53
	Seznam zkratk	57
	Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce	
	Seznam příloh	
	Přílohy	

1 Úvod

Různorodé formy a systémy dotací se ve světě vyskytují už mnoho století. Do České republiky se tento pojem v pravém slova smyslu dostal se vstupem do Evropské unie 1. května 2004. České subjekty získaly novou možnost financování investičních projektů z fondu Evropské unie (dále EU) v různých programech připravených Ministerstvem průmyslu a obchodu ČR ve formě dotací. Prostřednictvím agentury CzechInvest, která je výhradním prostředníkem mezi podniky a nadřízenými orgány rozhodujícími o schvalování žádostí, se může pokusit získat dotaci každý malý a střední podnik po splnění nezbytných náležitostí. Samotné schválení žádosti o financování projektu z Evropských strukturálních a investičních fondů (dále ESI fondů) je považováno žadatelem za velký úspěch. Jenže v daném okamžiku teprve začíná dlouhá cesta zahrnující spoustu povinností plnění potřebných náležitostí a kontrol.

Cílem bakalářské práce je vymezení podpory pro malé a střední podniky v rámci celé České republiky, deskripce procesu přípravy a realizace projektu v rámci programu Marketing v Operačním programu Podnikání a inovace pro konkurenceschopnost a podporu malých a středních podniků z fondu Evropské unie a organizace podkladů pro efektivní využití finanční dotace ve společnosti UVB TECHNIK s. r. o. se zaměřením na specifika ruského metalurgického trhu. Dílčím cílem je deskripce administrativy spojené s celým procesem od počátku realizace až po fázi proplacení projektu.

Tato bakalářská práce předkládá souhrn teoretických a praktických podkladů pro podání žádostí o dotaci v rámci programu Marketing OPPIK a její využití na tvorbu propagačních materiálů, které budou uplatněny na mezinárodním metalurgickém veletrhu Metal Expo 2017 v Ruské federaci v Moskvě. Autorka práce je zaměstnána na pozici exportního manažera pro Ruskou federaci a zabývá se pohledem na specifikum ruského metalurgického trhu, přehledem největších hráčů v tomto odvětví a okruhem potenciálních zákazníků společnosti UVB TECHNIK s. r. o.

Bakalářská práce je rozdělena do dvou stěžejních částí, teoretickou a praktickou. V teoretické části budou vysvětleny základní pojmy a podstata čerpání dotační podpory z ESI fondů v programovém období 2014–2020. Dále bude věnována pozornost Operačnímu programu Podnikání a inovace pro konkurenceschopnost a výzvě s názvem Marketing. Na základě analýzy zahraničního trhu je popsán význam dotačních prostředků pro malé a střední podniky, pomocí kterých se otevírá větší možnost prezentace produktů a účasti na zahraničních veletrzích. Účast na výstavách a veletrzích patří mezi nejefektivnější

marketingové nástroje, které napomáhají úspěšnému vstupu na zahraniční trh a nabízejí nové možnosti pro oslovení většího množství potenciálních zákazníků.

V praktické části bakalářské práce, pomocí metody 4C, bude provedena analýza ruského metalurgického trhu, průmyslových regionů, konkurence a nákladů. Následně bude prezentována společnost UVB TECHNIK s. r. o., která se zabývá vývojem a výrobou kontaktních kontinuálních měřicích přístrojů, dále se podnik zabývá výrobou a vývozem strojních prvků a pneumatických zařízení. Nedílnou součástí pro exportéry je pochopení současné situace na ruském trhu, která bude představena pomocí citace agentury CzechTrade. Následně budou popsány přípravy na zahraniční veletrh, které zahrnují tvorbu propagačních materiálů v souladu s pravidly povinné publicity, administrativních záležitostí spojených s pronájmem a vybavením stánku. Po zhodnocení celého přípravného procesu následují rady a doporučení pro efektivní využití dotačních prostředků, taktéž zazní návrhy na zlepšení organizačních procesů v podniku.

Poslední kapitolu bakalářské práce tvoří závěr, který shrne obsah celé práce a zhodnotí finanční přínos dotací z ESI fondů pro podnik UVB TECHNIK s. r. o.

2 Teoreticko-metodologická východiska pro analýzu podnikatelského prostředí a dotace

Po celou dobu existence podpůrných programů vytvořených Ministerstvem pro místní rozvoj ČR byla úspěšně realizována řada projektů. Aktuální programové období 2014–2020 z části pokračuje ve využívání podpory evropských fondů, přesto v tomto období došlo k jistým změnám oproti předchozímu období 2007–2013. Hlavní změny se týkají Evropského fondu pro rozvoj venkova (dále EZFR) a Evropského námořního a rybářského fondu (dále ENRF). Strategický dokument Dohoda o partnerství¹ určuje hlavní priority a možnosti čerpání finančních prostředků z fondů EU ve všech členských zemích EU.²

Novinky zavedené na základě zkušeností z minulých let jsou namířené na zlepšení fungování celého systému přerozdělování peněz a jejich prospěšné využití. Snaha zjednodušit a zefektivnit čerpání prostředků je promítnutá do všech bodů programu a klade se větší důraz na výsledky a vyšší měřitelnost přínosů podpořených operací.³

2.1 Podpora malého a středního podnikání

V České republice podporu malých a středních podniků upravuje zákon č. 47/2002 Sb, o podpoře malého a středního podnikání. Základní definice zákona vymezuje znění konkrétních forem podpory, kupříkladu co patří do návratné finanční výpomoci, dotací, finančních příspěvků, záruk nebo úvěrů se sníženou úrokovou sazbou. Podpora se podle zákona vztahuje na projekty zaměřené na investice, projekty výzkumu a vývoje, hospodářské a technické poradenství, vytváření nových pracovních míst a účast na veletrzích.

Prostřednictvím státních i mimostátních institucí se podnikatelům nabízí velké množství finančních druhů podpor. Podpory pro podniky a podnikatele se obecně řadí do dvou striktně vymezených skupin, zejména na vratnou a nevratnou finanční podporu a nefinanční pomoc a podporu. Subjekty poskytující podpory podnikům můžeme rozdělit do čtyř skupin. Příkladem mohou být vládní instituce poskytující podporu z veřejných

¹ EVROPSKÉ STRUKTURÁLNÍ A INVESTIČNÍ FONDY. *ESI FONDY: Dohoda o partnerství pro programové období 2014–2020*. [online]. ESI FONDY [21.04.2017] Dostupné z: <https://www.strukturalni-fondy.cz/cs/Fondy-EU/2014-2020/Dohoda-o-partnerstvi>

² STEJSKAL, Jan a Jaroslav KOVÁRNÍK. *Regionální politika a její nástroje*. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-588-2.

³ MINISTERSTVO FINANCÍ ČR. *MF ČR: ČR vyčerpala za období 2007-2013 celkem 25,8 miliard eur* [online]. MF ČR [16.04.2017]. Dostupné z: <http://www.mfcr.cz/cs/aktualne/tiskove-zpravy/2017/cr-vycerpala-za-obdobi-2007-2013-celkem-28195>

prostředků, nevládní organizace, rovněž komerční subjekty nabízející podpory pro malé a střední podniky a podnikatelské inkubátory a vědeckotechnické parky.⁴

2.1.1 Finanční podpora

Malé a střední podnikání představuje významnou součást každé vyspělé ekonomiky světa. Občas podniky potřebují finanční injekci nebo podporu nefinančního rázu pro úspěšný start v různých oblastech sféry svého podnikání jak v tuzemsku, tak i na zahraničních trzích. Všechny podnikatelské subjekty vymezené zákonem č. 47/2002 Sb. v aktuálním znění mají možnost požádat o finanční podporu, což ale neznamená, že na dotaci existuje právní nárok.

V České republice jako poskytovatelé finanční podpory vystupují rozvojové banky, CzechInvest, Ministerstvo práce a sociálních věcí České republiky (dále MPSV ČR), Ministerstvo pro místní rozvoj (dále MMR), Ministerstvo zemědělství (dále MZe), kraje, hlavní město Praha.⁵

2.1.2 Nefinanční podpora

Pojmem nefinanční podpora se označuje pomoc ze strany vládních nebo příspěvkových organizací podnikům, kteří teprve zahajují export, exportérům a inovátorům, kteří vyhledávají v zahraničí vhodné příležitosti pro obchodní transakce, účastní se nebo se chtějí účastnit zahraničních výstav a veletrhů, vyhledávají zajímavé obchodní partnery a zástupce v zahraničí.

V roce 1997 byla Ministerstvem průmyslu a obchodu ČR zřízená exportní agentura CzechTrade, která dodnes nabízí své služby českým exportérům ve více než 35 zemích světa. Z veřejných prostředků nefinanční pomoc nabízí Ministerstvo průmyslu a obchodu, zastupitelské úřady a agentura CzechTrade.

Česká agentura nabízí poradenské služby v oblasti zahajování exportu, poskytuje informace ohledně exportních příležitostí a veletrhů v zahraničí, provádí exportní vzdělávání zaměřené oborově a teritoriálně, nabízí individuální služby v zahraničí včetně průzkumu trhu, vyhledává obchodní kontakty, ověřuje zájem o produkt v dotyčné zemi, organizuje obchodní jednání, ověřuje bonitu obchodního partnera, asistuje při registraci výrobků, pomáhá při zakládání zahraničního zastoupení atd.

V rámci podpory podnikatelským subjektům Ministerstvo průmyslu a obchodu České republiky (dále MPO ČR) provozuje řadu aktivit v nefinanční sféře. MPO ČR vytváří národní

⁴ VEBER, Jaromír a Jitka SRPOVÁ. *Podnikání malé a střední firmy*. 3., aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Grada Publishing, 2012. ISBN 978-80-247-4520-6.

⁵ VEBER, Jaromír a Jitka SRPOVÁ. *Podnikání malé a střední firmy*. 3., aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Grada Publishing, 2012. ISBN 978-80-247-4520-6.

legislativní a institucionální rámec pro volný pohyb výrobků a zboží na území EU. Jednoznačně mezi tyto aktivity patří aspekty spojené s vedením portálu BusinessInfo.cz, živnostenským podnikáním i Úřadem pro technickou normalizaci a metrologii.

Česká republika má 82 zastupitelských úřadů a sto padesát honorárních konzulů, kteří podporují prosazování obchodně-ekonomických zájmů českých podnikatelů v zahraničí. Existenční náplň zastupitelských úřadů zahrnuje shromažďování a vyhodnocování informací obchodně ekonomického charakteru a následné zveřejňování na stránkách Správy českých center, například portál export.cz nebo czechtrade.cz. Okruh služeb, které zastupitelské úřady mohou kompetentně nabízet, jsou rovněž vymezeny v dokumentu Zásady spolupráce zastupitelských úřadů ČR, který byl vypracován MPO ČR.⁶

Jedním z nejdůležitějších prvků rozvoje hospodářských vztahů mezi ČR a Ruskou federací je přímá spolupráce s tamními podnikatelskými subjekty. Moderním trendem posledních let jsou organizované návštěvy zástupců státu spolu s doprovodnou podnikatelskou misí, kterou organizuje například Svaz průmyslu a dopravy ČR společně s Komorou pro hospodářské styky. Takové mise mají za cíl rozšířit vzájemně výhodnou spolupráci nejen na federální úrovni, ale i podpořit aktivity českých firem přímo v regionech. V rámci takových misí, které směřují do Moskvy i do vzdálenějších regionů asijské části RF, bývají obvykle organizovány podnikatelské semináře a konference.

Pro přehlednost informací jsou všemi zastupitelskými úřady ČR v zahraničí zpracovávány souhrnné teritoriální informace (dále STI). STI jsou aktualizovány dvakrát ročně vždy k 1. dubnu za minulý rok, a obsahují důležité informace ohledně podmínek podnikání, exportní legislativní změny a důležité kontakty v regionech.⁷

2.2 Definice pojmu dotace

Dotace jsou jistou formou financování, nejčastěji ze státního rozpočtu nebo určitého fondu, a jedná se o nenávratně poskytnutou finanční částku, ovšem při dodržení všech pravidel realizace projektu. Obecně je to vyjádření podpory investičních výdajů projektu, který byl řádně zpracován a prošel řadou schvalovacích řízení.

Podle vyhlášky č. 504/2002 Sb. ze dne 6. listopadu 2002, kterou se provádějí některá ustanovení zákona č. 563/1991 Sb., o účetnictví, ve znění pozdějších předpisů, účetní jednotky za dotaci považují bezúplatná plnění přímo nebo zprostředkovaně poskytnutá podle

⁶ VEBER, Jaromír a Jitka SRPOVÁ. *Podnikání malé a střední firmy*. 3., aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Grada Publishing, 2012. ISBN 978-80-247-4520-6.

⁷ KRS, Jan a Jiří PYTLÍČEK. *Export do Ruské Federace* [online]. 2016 [19.12.2016]. Dostupné z: <http://www.mzv.cz/file/940066/Rusko.pdf>

zvláštních právních předpisů ze státního rozpočtu, státních finančních aktiv, Národního fondu, státních fondů a z rozpočtů územních samosprávných celků na stanovený účel.

Za dotaci se rovněž považují bezúplatná plnění poskytnutá účetním jednotkám na stanovený účel ze zahraničí z prostředků Evropského společenství nebo z veřejných rozpočtů cizích států, prostředků a grantů poskytnutých podle zvláštního právního předpisu. Za dotaci se považuje též zaniklý závazek ve výši poplatku nebo jeho části, pokud povinnost uhradit tento poplatek nebo jeho část zanikla rozhodnutím příslušného orgánu.⁸

2.2.1 Základní princip financování

Základním principem dotačních programů využívaných z fondu EU je možnost podpoření jednotlivých projektů nejrůznějšího zaměření bez nutnosti navrácení poskytnutých finančních prostředků při dodržení nezbytných podmínek stanovených v metodických pokynech pro zpracování projektů. Poskytnutí dotací je účelové a není samozřejmostí. Přidělení obvykle souvisí se splněním všech nutných podmínek a náležitostí spojených s podáním žádosti a následnou realizací projektu. Samotná realizace projektu zároveň přináší i různá rizika spojená se správností provedení povinné publicity projektu a především s využitím finančních prostředků členěných na způsobilé a nezpůsobilé výdaje.⁹

2.2.2 Typy dotací

Dotační škála možností je vzhledem k členství České republiky v Evropské unii od roku 2004 velmi široká. Zdroji dotací je státní rozpočet, rozpočty jednotlivých krajů, obcí, státní rozpočtové fondy a prostředky jiných možných subjektů, včetně soukromých.

Dotace můžeme členit podle

- účelu,
- nároku na přidělení,
- nároku na vlastní prostředky,
- nároku na disponibilní prostředky,
- financování,
- způsobu vypořádání a zúčtování.

Dotace jsou účelové, když jsou svázány s konkrétní aktivitou, a neúčelové neboli všeobecné, které nemají konkrétně vymezené podmínky pro investice. Pokud jsou rozlišené podle nároku na přidělení, rozlišujeme nárokové, spojené s výkonem určité veřejné služby,

⁸ Zákon č. 563 ze dne 01. ledna 1991 o účetnictví. *Sbírka zákonů České republiky*. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/1991-563>

⁹ MINISTERSTVO FINANCÍ ČESKÉ REPUBLIKY. *MF ČR* [online]. MF ČR [13.01.2017]. Dostupné z: <http://www.dotaceonline.cz/Page.aspx?SP=1180>

a nenárokové, o které se příjemce musí ucházet. Podle nároku na vlastní prostředky jsou známé dotace se spoluúčastí na celkové vynaložené částce a bez spoluúčasti. Rovněž se dají dotace členit dle nároku na disponibilní prostředky. V tomto případě rozlišujeme dotace poskytnuté na bankovní účet, poskytnuté formou otevření čerpacího limitu u banky nebo poskytnuté až po realizaci projektu. Podle financování výdajů rozlišujeme kapitálové, určené na financování jednorázových investičních akcí, a obdobou čehož jsou dotace investiční a neinvestiční. V neposlední řadě je členění podle způsobu vypořádání a zúčtování. Finanční prostředky poskytnuté a nevyčerpané v rozpočtovém roce se musí vrátit, nebo je příjemce vracet nemusí.¹⁰

2.3 CzechInvest

Agentura pro podporu podnikání a investic byla zřízena v roce 1992. V té době to byla příspěvková organizace podřízená MPO ČR a sloužila především pro získání finančních prostředků ze strukturálních fondů EU.

Od roku 1998 došlo ke změnám a agentura se začala angažovat do činností spojených se zvýšením konkurenceschopnosti české ekonomiky prostřednictvím podpory českých dodavatelů, podpory inovačních procesů a podpory rozvoje podnikatelských nemovitostí.¹¹

Další významný pokrok činnosti agentury byl zaznamenán v roce 2004, kdy z pověření MPO ČR začala působit jako agentura pro implementaci finančních podpor z ESI fondů. V současné době má agentura zastoupení v devíti státech světa a disponuje sítí třinácti regionálních kanceláří ve všech krajských městech. Regionální zastoupení CzechInvestu poskytují poradenskou činnost v oblasti dotačních možností a pomáhají podnikům, které mají zájem uplatnit svou investici v určitém regionu. CzechInvest zabezpečoval realizaci podpor v Operačním programu podnikání a inovace v období 2007–2013 a v dnešní době je jistým garantem Operačního programu Podnikání a inovace pro konkurenceschopnost malých a středních podniků.¹²

2.4 Přehled investičních a strukturálních fondů

Finanční prostředky se poskytují v rámci různých programů z pěti fondů, které dohromady tvoří Evropské strukturální a investiční fondy, a jsou to:

¹⁰ VEBER, Jaromír a Jitka SRPOVÁ. *Podnikání malé a střední firmy*. 3., aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Grada Publishing, 2012. ISBN 978-80-247-4520-6.

¹¹ BOHÁČKOVÁ, Ivana a Magdalena HRABÁNKOVÁ. *Strukturální politika Evropské unie*. Praha: C.H. Beck, 2009. ISBN 978-80-7400-111-6.

¹² VEBER, Jaromír a Jitka SRPOVÁ. *Podnikání malé a střední firmy*. 3., aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Grada Publishing, 2012. ISBN 978-80-247-4520-6.

- Evropský fond regionálního rozvoje (dále EFRR) - European Regional Development Fund založený v roce 1975,
- Evropský sociální fond (dále ESF) - European Social Fund vytvořený v roce 1957,
- Evropský záruční a orientační fond - European Guidance and Guarantee Fund (dále EAGGF) skládající se ze dvou sekcí: orientační sekce založena roku 1962 a v roce 1964 vytvořena záruční sekce,
- Finanční nástroj pro řízení rybolovu (dále ENFR) - Financial Instrument for Fisheries Guidance vytvořený v roce 1993,
- Fond soudržnosti (dále FS), který nepatří mezi fondy strukturální, je zaměřen na velké projekty (jejich náklady musí být vyšší než 10 milionů Eur) v oblasti infrastruktury a životního prostředí. Slouží jako doplňující finanční nástroj pro podporu projektů s nadregionální působností.¹³

2.5 Programy ESI fondů v období 2014–2020

V programovém období 2014–2020 je možno čerpat dotaci v rámci operačních programů uvedených v tabulce č. 1.2.

Tabulka 2.1 Přehled programů ESI fondů

Program	Řídící orgán	Fond	Alokace v mld. €
OP D - Operační program Doprava	MD	EFRR/ FS	4,70
IROR – Integrovaný regionální operační program	MMR	EFRR	4,64
OP PIK – Operační program Podnikání a inovace pro konkurenceschopnost	MPO	EFRR	4,33
OP VVV – Operační program Výzkum, vývoj a vzdělání	MŠMT	EFRR/ ESF	2,77

¹³ MINISTERSTVO PRO MÍSTNÍ ROZVOJ ČR. MMR: *Evropské strukturální a investiční fondy* [online]. MMR [13.01.2017]. Dostupné z: <http://www.strukturalni-fondy.cz/cs/Informace-a-dokumenty/slovník-pojmu/F?page=2>

OP ŽP – Operační program Životní prostředí	MŽP	FS, EFRR	2,64
PRV – Program rozvoje venkova	MZe	EZFRV	2,31
OP Z – Operační program Zaměstnanost	MPSV	ESF	2,15
OP TP – Operační program Technická pomoc	MMR/MF	FS	0,22
OP PPR – Operační program Praha – půl růstu	MHMP	EFRR/ ESF	0,2
OP R – Operační program Rybářství	MZe	ENRF	0,03
Programy Evropské územní spolupráce (EÚS)	MMR/zahraniční institute	EFRR	10,1

Zdroj: Vlastní zpracování dle MMR.¹⁴

2.6 Systémy strukturálních a investičních fondů EU

Dle nařízení Evropského parlamentu a rady EU č. 1303/2013¹⁵ Ministerstvem pro místní rozvoj ČR byl vybudován MS2014+ jako universální systém pro všechny operační programy. V předchozím programovém období 2007–2013 bylo zároveň provozováno pět samostatných informačních systémů. Vedle univerzálních systémů, vybudovaných Ministerstvem pro místní rozvoj ČR (dále MMR ČR) a Centrem pro regionální rozvoj ČR, si Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR, Ministerstvo životního prostředí ČR a Ministerstvo zemědělství ČR vybudovaly a provozovaly své vlastní informační systémy.

¹⁴ MINISTERSTVO PRO MÍSTNÍ ROZVOJ ČR. *MMR ČR: Programy pro programové období 2014-2020* [online]. MMR [13.01.2017]. Dostupné z: <http://www.dotaceeu.cz/cs/Fondy-EU/2014-2020/Operacni-programy>

¹⁵ NAŘÍZENÍ EVROPSKÉHO PARLAMENTU A RADY (EU) č. 1301/2013 ze dne 17. prosince 2013 o Evropském fondu pro regionální rozvoj, o zvláštních ustanoveních týkajících se cíle Investice pro růst a zaměstnanost a o zrušení nařízení (ES) č. 1080/2006. Dostupné z: <http://www.mmr.cz/getmedia/56227081-fdc0-4efe-9d11-a0583c9570b8/1301-Narizeni-o-ERDF.pdf>

- **Informační systém MS2014+**

MS2014+ je rozsáhlý informační systém, který splňuje všechny předpoklady pro zajištění kompletní administrace, řízení, monitorování a kontrolu všech aktuálních operačních programů hrazených z Evropských fondů v programovém období 2014–2020. Prostřednictvím systému jsou zabezpečeny činnosti a procesy u všech evropských dotačních programů kromě oblasti zemědělství. Výsledkem úspěšného fungování je propojení přibližně 5 tisíc úředníků a 100 tisíc žadatelů o dotační prostředky. Vlastní vytvoření a dodání MS2014+ stálo celkem 49,4 mil. Kč. Předpokládané celkové náklady na provoz a podpůrné služby systému jsou přibližně ve výši 833 mil. Kč.¹⁶

- **Monitorovací systém MSC2007**

MSC2007 je centrálním systémem, který zastřešuje informační systémy jednotlivých operačních programů pro podání žádosti a celou administrativní správu spojenou s projektem. Hlavním zdrojem údajů je MSC2007 - Monitorovací systém strukturálních fondů a Fondu soudržnosti 2007–2013, který je spravován Ministerstvem pro místní rozvoj ČR. Řídící orgány příslušných operačních programů v neurčitých časových intervalech doplňují informace o projektech např. popis, fotografie atd.

Zastoupení Evropské komise v České Republice umožnilo široké veřejnosti snadný přehled o projektech, které byly na území ČR realizovány z prostředků evropských fondů pomocí vytvořené mapy, která vznikla v roce 2012. Mapa obsahuje pouze projekty ukončené v programovém období 2007–2013, nebo v roce 2014. V září roku 2014 Ministerstvo pro místní rozvoj ČR převzalo řízení mapy projektů a řídí vše související s provozem monitorovacího systému strukturálních fondů.¹⁷

2.7 Prioritní osy OPPIK

Operační program Podnikání a inovace pro konkurenceschopnost malých a středních podniků navazuje na operační program z předchozího období 2007–2013 Podnikání a inovace (dále OPPI) a je určen pro podniky všech velikostí.

Dotace budou rozděleny následovně dle velikosti podniků:

- malý podnik (do 49 zaměstnanců) – 45 % dotace
- střední podnik (50 až 249 zaměstnanců) – 35 % dotace

¹⁶ CZECHINVEST. *Informace pro žadatele OP PIK* [online]. CZECHINVEST [04.01.2017]. Dostupné z: <http://www.czechinvest.org/is-kp14>

¹⁷ STRUKTURÁLNÍ FONDY: *Monitorovací systém strukturálních fondů a fondu soudržnosti (MSC2007)* [online]. STRUKTURÁLNÍ FONDY [04.01.2017]. Dostupné z: <https://www.strukturalni-fondy.cz/cs/Informace-a-dokumenty/slovník-pojmu/M/Monitorovací-system-strukturalnich-fondu-a-Fondu-s>

- velký podnik (od 250 zaměstnanců) – 25 % dotace¹⁸

V rámci Operačního programu Podnikání a inovace pro konkurenceschopnost malých a středních podniků (dále OPPIK) je popsáno 5 prioritních os. Tyto prioritní osy pokrývají celkem 12 investičních priorit v rámci pěti tematických cílů dle nařízení Evropského parlamentu a Rady EU č. 1301/2013 o EFRR¹⁹

Každá osa zahrnuje jeden nebo více investičních cílů, ale jak to bývá pravidlem i tady jsou výjimky. Prioritní osa 5 Technická pomoc je tomu důkazem, jelikož se nevztahuje k žádné investiční prioritě ani tematickému cíli. OPPIK obsahuje dohromady 16 specifických cílů reprezentující specifické tematické zaměření podpory.

Prioritní osy OPPIK jsou následující:

- rozvoj výzkumu a vývoj pro inovace,
- rozvoj podnikání a konkurenceschopnosti malých a středních podniků,
- účinné nakládání energií, rozvoj energetické infrastruktury a obnovitelných zdrojů energie, podpora zavádění nových technologií v oblasti nakládání energií a druhotných surovin,
- rozvoj vysokorychlostních přístupových sítí k internetu a informačních a komunikačních technologií,
- technická pomoc.²⁰

2.8 Program Marketing

Program Marketing je součástí druhé Prioritní osy s názvem Rozvoj podnikání a konkurenceschopnosti malých a středních podniků. Hlavním cílem programu Marketing v období 2014–2020 je efektivní podpora prezentací podniků na zahraničních veletrzích a výstavách, kde zástupci podniků mohou navazovat nová obchodní partnerství a provést více jednání v krátkém čase na jednom místě.

Dotační prostředky z tohoto programu jsou poskytovány pro nejrozumnější obory, např. zpracovatelský průmysl, technologie, věda a výzkum, IT a telekomunikace, stavebnictví,

¹⁸ ENOVATION: *OP Podnikání inovace pro konkurenceschopnost*. [online]. ENOVATION [04.01.2017]. Dostupné z: <http://www.opik.cz/>

¹⁹ MINISTERSTVO PRO MÍSTNÍ ROZVOJ ČESKÉ REPUBLIKY. *MMR ČR: Nařízení Evropského parlamentu a rady (EU) č. 1301/2013* [online]. MMR [04.01.2017]. Dostupné z: <http://www.mmr.cz/getmedia/56227081-fdc0-4efe-9d11-a0583c9570b8/1301-Narizeni-o-ERDF.pdf>

²⁰ MINISTERSTVO PRO MÍSTNÍ ROZVOJ ČESKÉ REPUBLIKY. *MMR ČR: Evropské strukturální fondy a investiční fondy 2014-2020 v kostce* [online]. [14.01.2017]. Dostupné z: https://www.mmr.cz/getmedia/dda4e489-df77-4be3-b09d-bb9fec5b6323/ESI_fondy_v_kostce_ISBN-web.pdf

energetika, vzdělávání, obchod a služby, těžba a dobývání, vodohospodářství a další. V rámci jednoho schváleného projektu žadatel může získat od 200 tisíc do 5 mil. Kč.²¹

Za globální cíl programu můžeme považovat dosažení konkurenceschopné a udržitelné ekonomiky založené na znalostech a inovacích. Hlavním a řídicím orgánem je Ministerstvo průmyslu a obchodu a roli zprostředkujícího subjektu zastupuje po agentuře CzechInvest nově založená Agentura pro podnikání a inovace. Dalšími zprostředkujícími subjekty pro realizaci nástroje ITI jsou: Magistrát hlavního města Prahy, Magistrát města Ostravy, Magistrát města Plzně, Magistrát města Ústí nad Labem, Magistrát města Pardubic, Magistrát města Olomouce.²²

2.8.1 Podporované aktivity v rámci programu

Pro podporu aktivit v průběhu projektu existují i jistá pravidla, která se musí striktně dodržet. Prostředky se dají využít pro účast podnikatelů na zahraničních výstavách a veletrzích s cílem navázat nová obchodní partnerství či oslovit nové trhy, přičemž v rámci jedné žádosti je možné žádat o účast na více veletrzích. Omezení dotace se týká hlavně obecně reklamy, která není součástí propagačních materiálů nebo se netýká projektu, na který byla poskytnuta finanční dotace.²³

Rovněž není možné podpořit účast na výstavě či veletrhu, která je již dotována z jiných zdrojů Ministerstva průmyslu a obchodu nebo je realizována hromadně s pomocí agentury CzechTrade, která se angažuje do organizování skupinových stánků pro zástupce stejného zaměření např. v metalurgickém odvětví. Všechny způsobilé výdaje mohou být proplacené pouze, pokud jsou vynaloženy po podání žádosti o dotaci. Rozhodující datum pro zahájení potřebných úhrad je datum zaslání žádosti prostřednictvím webového portálu Portál IS KP14+.

Každý žadatel by měl dbát na všechny výdaje v průběhu realizace projektu. Způsobilé výdaje se týkají hlavně pronájmu, zřízení a provozu stánku na výstavách a veletrzích v zahraničí včetně poplatků za účast. Z dotace lze financovat dopravu vystavovaných exponátů, stánku a jeho vybavení na veletrh a výstavu v zahraničí a zpět, vč. balného a manipulace zajišťovanou externím dodavatelem. Žádný veletrh se neobejde

²¹ AGENTURA PRO PODNIKÁNÍ A INOVACE. *API: Marketing-výzva II* [online]. API [14.01.2017]. Dostupné z: <http://www.agentura-api.org/programy-podpory/marketing/marketing-vyzva-ii/>

²² AGENTURA PRO PODNIKÁNÍ A INOVACE. *API: Obecné informace o OP PIK* [online]. API [14.01.2017]. Dostupné z: <http://www.agentura-api.org/op-pik-obecne/>

²³ MÁCHAL, P., KOPEČKOVÁ M. a PRESOVÁ R. *Světové standardy projektového řízení: pro malé a střední firmy: IPMA, PMI, PRINCE2*. Praha: Grada, 2015. ISBN 978-80-247-5321-8.

bez propagačního materiálu v jazyce toho státu, ve kterém se taková akce koná, a proto jsou do dotačních výdajů zahrnuty překlady a tisk propagačních materiálů v cizojazyčných verzích.²⁴

Pro hodnocení projektu jsou používána různorodá kritéria zahrnující ekonomický přínos, například zvýšení objemu výroby, rozvoj příležitostí pro export, tržní potenciál neboli uplatnění produktů na daném regionálním trhu, reálná zkušenost se zahraničními výstavami, kvalitně zpracovaný rozvojový plán podniku a hlavně hospodárnost rozpočtu.²⁵ V příloze č. 1 jsou uvedena pravidla pro žadatele a příjemce z OPPIK.

2.8.2 Povinná publicita

Dotační příspěvky Evropské unie jsou poskytovány nenávratnou formou pomoci, a proto jedním ze základních pravidel pro příjemce je informování o skutečnosti, že propagační materiál nebo nosič informace byl pořízen ze zdrojů určitého fondu a programu. Minimem publicity jsou vlajky EU a ČR v místnostech konání výstavy nebo veletrhu.²⁶

Pro sjednocení požadavků na plnění povinné publicity v programovém období 2014-2020 slouží Manuál Jednotného vizuálního stylu ESI fondů. Jednotný vizuální styl byl navrhnout na základě potřeby sjednocení způsobu prezentace aktivit podporovaných fondů EU a zakládá se na několika principech, které se musí dodržet. Manuál Jednotného vizuálního stylu je doporučujícího charakteru a definuje praktickou aplikaci prvků povinné publicity na těchto nástrojích. Závazné povinnosti příjemce dotačních prostředků stanovuje metodický pokyn pro publicitu a komunikaci ESI fondů v tomto programovém období.

Mezi hlavní prvky povinné publicity patří umístění vlajky EU ve stánku a označení vlajkou EU a standardním textem v příslušném cizím jazyce nebo anglickém jazyce na pevné konstrukci stánku. Vlastní vzhled nástrojů povinné publicity v odůvodněných případech je možno používat pouze po schválení MMR ČR, ale v každém případě musí minimálně splňovat požadavky nařízení EU.

Povinností příjemce finanční podpory z ESI fondu je zaslání monitorovací zprávy prostřednictvím portálu IS KP14+ ,včetně fotografií z veletrhu s označením prostoru stánku

²⁴ AGENTURA PRO PODNIKÁNÍ A INOVACE. *API: Marketing-výzva II* [online]. API [14.01.2017]. Dostupné z: <http://www.agentura-api.org/programy-podpory/marketing/marketing-vyzva-ii/>

²⁵ AGENTURA PRO PODNIKÁNÍ A INOVACE. *API: Obecné informace o OP PIK* [online]. API [14.01.2017]. Dostupné z: <http://www.agentura-api.org/op-pik-obecne/>

²⁶ MAREK, Dan a Tomáš KANTOR. *Příprava a řízení projektů strukturálních fondů Evropské unie*. Brno: Společnost pro odbornou literaturu - Barrister&Principal, 2009. ISBN 978-80-87029-56-5.

a umístěním vlajek v jednacím prostoru. Veškeré propagační materiály pořízené z dotací mají být označeny znakem EU a logem operačního programu v čitelné kvalitě a na viditelném místě.²⁷

2.9 Projektový cyklus

Celý proces spojený s dotačním financováním je velice zdoluhavý a náročný na administrativu. Počínaje žádostí o získání dotace z ESI fondu projekt prochází několika fázemi přes vytvoření projektového záměru až po zpracování a zaslání žádosti přes schvalovací řízení. Toto jsou pouze fáze pro žadatele o dotační financování, ale existuje pro žadatele neviditelné pokračování cyklu spojeného s následnou administrativní činností úřadů a předložení dokumentace k proplacení přímo z fondu EU příslušné instituci. Žádná z fází se nedá vynechat nebo obejít. Cílem projektu je jeho samotný produkt, který je výsledkem vyvinutého úsilí vynaloženého na vytvoření jedinečného produktu.²⁸

Jednotlivé procesy jsou vzájemně propojeny, ale celý cyklus je možno rozdělit na fáze, které jsou řízené určitými orgány nebo úřady. Procesy řízení projektu lze rozdělit do několika skupin uvedených v tabulce č. 2.2.

Tabulka 2.2 Procesy řízení projektu

Název procesu	Popis činnosti
Zahajovací procesy	<ul style="list-style-type: none">- vyhlášení výzvy,- výběr vhodného programu,- zpracování a podání projektové žádosti,
Plánovací procesy	<ul style="list-style-type: none">- očekávání schválení žádosti,- příprava plánovaných aktivit,
Prováděcí procesy	<ul style="list-style-type: none">- podpis schvalovací smlouvy,- proces realizace projektu žadatelem,- podání monitorovací zprávy,- podání žádosti o platbu,

²⁷ CZECHINVEST: *Pravidla pro žadatele a příjemce dotace z operačního programu Podnikání a inovace pro konkurenceschopnost* [online]. CZECHINVEST [14.01.2017]. Dostupné z: <http://www.czechinvest.org/data/files/pravidla-pro-zadatele-a-prijemce-z-op-pik-obecna-cast-4754.pdf>

²⁸ ŘEHÁČEK, Petr. *Projektové řízení podle PMI*. Praha: Ekopress, 2013. ISBN 978-80-86929-90-3.

	<ul style="list-style-type: none"> - schválení žádosti o platbu, - proplacení způsobilých výdajů žadateli,
Procesy operativního řízení	<ul style="list-style-type: none"> - refundace výdajů do státního rozpočtu, - předložení prostředků k certifikaci,
Uzavírací procesy	<ul style="list-style-type: none"> - certifikování výdajů a předložení Evropské komisi (dále EK), - proplacení z EK do rozpočtu Ministerstva financí ČR.

Zdroj: Vlastní zpracování podle zdroje Projektové řízení podle PMI.²⁹

V rámci uskutečnění projektového cyklu jsou všechny skupiny procesů propojeny svými vstupy a výstupy. Pokud pohlížíme na celý proces z pohledu tohoto spojení, tak proces popisujeme pomocí vstupů, za které můžeme považovat dokumenty nebo dokumentovatelné položky, na jejichž základě se proces uskutečňuje, dále pomocí nástrojů a technik, které vyjadřují mechanismy a metody aplikované na vstupy s cílem vytvořit výstupy a v neposlední řadě pomocí výstupů neboli dokumentů a dokumentovatelných položek, které jsou výsledkem procesu.³⁰ Dá se říct, že výsledek nebo výstup jednoho procesu se stává vstupem druhého, a to všechno vede k úspěšné realizaci investičního projektu žadatele o dotace z ESI fondů, který zahrnuje spoustu administrativní činnosti.³¹

2.10 Cesta k dotaci

Každý projekt realizovaný s finanční podporou z ESI fondu se vyvíjí od fáze pouhého nápadu přes koncept projektového záměru až k samotné žádosti, která slouží jako stěžejní dokument celého projektu. Dobře zformulovaná žádost zohledňuje veškeré podmínky zakotvené poskytovatelem dotace ve vyhlášené výzvě. Startovním bodem přípravy je projektový záměr následovaný vypracováním podnikatelského plánu, výběrem operačního programu a pro udělení dotace je v neposlední řadě důležité finanční zdraví firmy, které

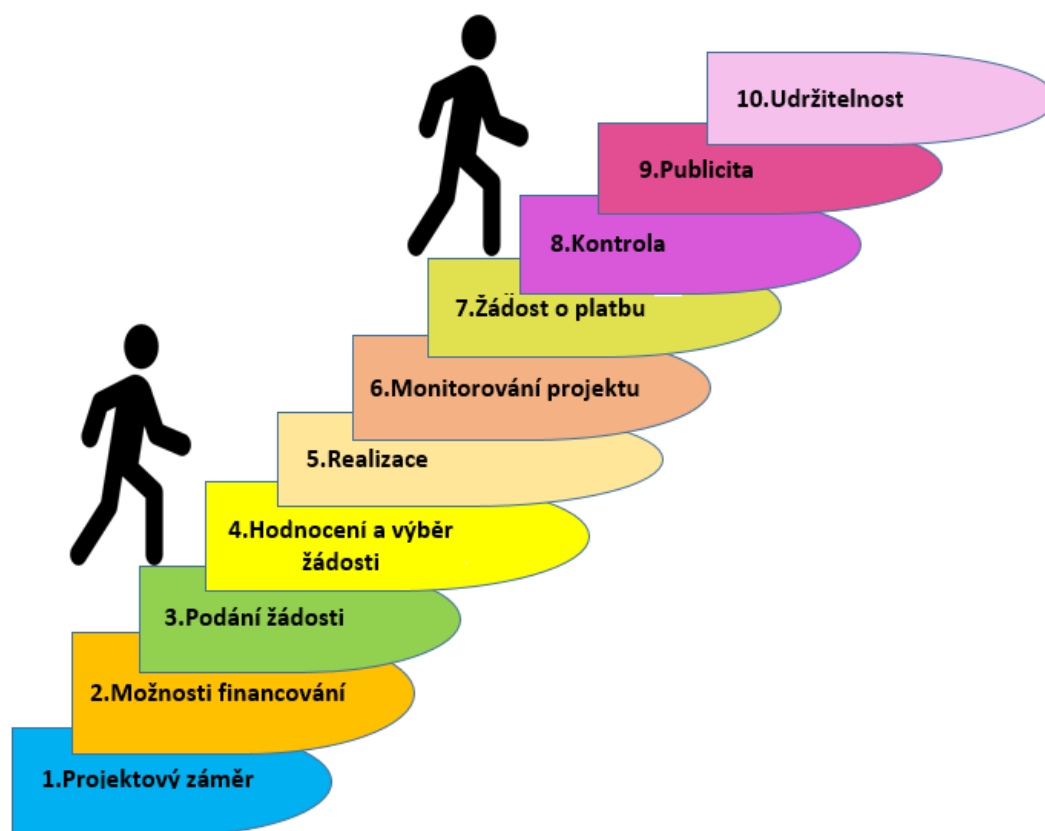
²⁹ ŘEHÁČEK, Petr. *Projektové řízení podle PMI*. Praha: Ekopress, 2013. ISBN 978-80-86929-90-3.

³⁰ HAVLÍČEK, Karel a Pavla BŘEČKOVÁ. *Řízení exportních rizik malé a střední firmy*. Praha: Eupress, 2015. ISBN 978-80-7408-113-2.

³¹ ŘEHÁČEK, Petr. *Projektové řízení podle PMI*. Praha: Ekopress, 2013. ISBN 978-80-86929-90-3.

se dokládá výkazy a prohlášením.³² Realizace projektu ze strany žadatele vyžaduje plnění vzájemně navazujících činností znázorněných na obrázku č. 2.1.

Obrázek 2.1 Kroky pro získání dotace



Zdroj: Data z přednášky z předmětu malé a střední podniky. Vlastní zpracování.

Popis jednotlivých kroků dle OPPIK 2014–2020³³

- 1. Vypracování podnikatelského záměru.** Kvalitní podnikatelský záměr je základní podmínkou úspěchu celého projektu. Musí být realizovatelný, efektivní a dlouhodobě udržitelný.
- 2. Výběr dotačního programu.** Projekt musí být v souladu s cíli příslušného dotačního programu. Vhodnost dotačního programu je možno konzultovat se zástupci regionálních kanceláří CzechInvestu. Agentura CzechInvest má centrálu v Praze, dále má zastoupení ve 13 krajích České republiky.

³² TAUER, Vladimír, Helena ZEMÁNKOVÁ a Jana ŠUBRTOVÁ. *Získejte dotace z fondů EU: tvorba žádosti a realizace projektu krok za krokem: metodika, pravidla, návody*. Brno: ComputerPress, 2009. ISBN 978-80-251-2649-3.

³³ CZECHINVEST: *Pravidla pro žadatele a příjemce dotace z operačního programu Podnikání a inovace pro konkurenceschopnost* [online]. [14.01.2017]. Dostupné z: <http://www.czechinvest.org/data/files/ppzp-obecnacast-23-8-2016-finalni-podoba-5731.pdf>

- 3. Podání žádosti o dotaci.** Veškerá komunikace s poskytovatelem dotace včetně podání vlastního projektu probíhá v systému MS2014+. Žadatel o dotaci si zde proto musí vytvořit účet a seznámit se s fungováním celého prostředí.
- Od roku 2016 jsou ve většině programů OPPIK zrušeny předběžné žádosti o dotaci. Podnikatelé podávají tzv. celkovou žádost o poskytnutí dotace, která v sobě kombinuje uvedení ekonomických ukazatelů žadatele, podnikatelský záměr a další povinné i nepovinné přílohy. Velmi důležité je správné načasování práce na projektu. Komplettní žádost by měla být podána nejpozději do dvou týdnů od zahájení příjmu projektů, poté totiž může být výzva kvůli překročení dostupné finanční alokace předčasně uzavřena.
- 4. Hodnocení projektu.** Projekty jsou posuzovány nezávislými hodnotiteli. Ve většině programů jsou mezi sebou předložené žádosti porovnávány, přičemž dotaci získají projekty s nejvyšším počtem bodů. Kvalita záměru a jeho zpracování jsou proto pro přidělení dotace naprosto klíčové. Předložený projekt bude hodnocen ve 4 různých fázích - formální a věcná kontrola, kvalitativní hodnocení a konečné schvalování o udělení dotace. O výsledku hodnocení se žadatel dozví prostřednictvím systému MS2014+. Verdikt obvykle padne v horizontu týdnů či měsíců od předložení projektu.
- 5. Realizace projektu.** Každý příjemce dotace je povinen dodržovat pravidla, k nimž se zavázal při podpisu Podmínek poskytnutí dotace, především vedení odděleného projektového účetnictví, výběr dodavatelů podle pravidel OPPIK či zajištění publicity projektů. Celý projekt musí být realizován přesně podle schválené žádosti o dotaci.
- 6. Monitorování projektu.** Po dokončení projektu probíhá monitorování výstupů a naplňování parametrů. Projekt musí být udržen alespoň 5 let po ukončení poslední etapy. Poskytovatel dotace sleduje stav projektu v době udržitelnosti prostřednictvím tzv. monitorovacích zpráv. Tyto zprávy se musí pravidelně zasílat přes systém MS2014+.
- 7. Žádost o platbu.** Dotace se vyplácí zpětně na základě skutečně vynaložených výdajů. K tomu je nutné podat tzv. Žádost o platbu, a to buď po skončení celého projektu nebo po ukončení jeho etapy.
- 8. Kontrola na místě.** V průběhu realizace projektu nebo po jeho ukončení může proběhnout kontrola na místě. Je tedy nutné veškeré dokumenty související s projektem pečlivě archivovat.
- 9. Povinná publicita.** Během realizace projektu je nutné dodržovat základní pravidla publicity. Jejich cílem je informovat širokou veřejnost včetně potenciálních žadatelů

o možné finanční pomoci ze strany Evropské unie. Výdaje na povinnou publicitu nejsou zahrnuté do způsobilých výdajů.

10. Udržitelnost projektu. Po obdržení poslední platby musí příjemce projekt udržovat v běhu i bez dotací po dobu pěti let. V případě neudržení projektu hrozí sankce nebo i vrácení části či celé dotace.³⁴

2.11 Propagace a marketing

Na počátku 21. století pojem marketing nabývá nových rozměrů a zaujímá důležité místo mezi nástroji přispívajícími ke zvýšení zisku podniku a zvětšení tržního podílu v určitém odvětví.³⁵ Díky pokroku v oblasti informačních a komunikačních technologií se lze dívat na marketing jako na komunikaci se zákazníkem, která nám přináší informace o zákaznickových přáních a potřebách, o nabídce konkurence a reakci na změny trhu.

V oblasti příprav vstupu na zahraniční trhy je třeba myslet globálně, ale jednat lokálně. Je potřeba si rozmyslet jednotlivé marketingové aktivity, tj. průběh celé kampaně, včetně rozesílání nabídek, prospektů, účasti na veletrhu, osobního jednání, cenové a obchodní politiky. Při stanovení ceny se musí zkoumat jednání konkurence a situace na trhu.³⁶

Metoda 4C

Operativní a praktickou konkretizaci procesu marketingového řízení představuje marketingový mix, který je tvořen důležitými prvky z pohledu úspěšného obchodování. Klasická podoba marketingového mixu používána v praxi je tvořena čtyřmi prvky 4P.

Koncepce 4P se na trh dívá z hlediska prodávajícího, ale hodně marketingových odborníků se shoduje na tom, že je důležitější se zabývat pohledem z hlediska kupujícího a konkrétně koncepcí 4C. Každému z uvedených prvků 4P je možno z hlediska kupujícího přiřadit prvek ze skupiny 4C, což je přehledně zobrazeno v tabulce č. 2.3.³⁷

³⁴ CZECHINVEST: *Operační program Podnikání a inovace pro konkurenceschopnost* [online]. CZECHINVEST [14.01.2017]. Dostupné z: <http://www.czechinvest.org/oppik-cz>

³⁵ SOUČEK, Zdeněk. *Strategie úspěšného podniku: symbióza kreativity a disciplíny*. Praha: C.H. Beck, 2015. ISBN 978-80-7400-572-5.

³⁶ FORET, Miroslav. *Marketing pro začátečníky*. Brno: Edika, 2012. ISBN 978-80-266-0006-0.

³⁷ JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. *Strategický marketing: strategie a trendy*. Praha: Grada, 2013. ISBN 978-80-247-4670-8.

Tabulka 2.3 Vztah mezi 4P a 4C

Čtyři P	Čtyři C
produkt (<i>product</i>)	hodnota z hlediska zákazníka (<i>customer value</i>)
cena (<i>price</i>)	náklady pro zákazníka (<i>cost to the customer</i>)
místo (<i>place</i>)	pohodlí (<i>convenience</i>)
marketingová komunikace (<i>promotion</i>)	komunikace (<i>communication</i>)

Zdroj: Zpracováno podle zdroje Marketing podle Kotlera.³⁸

Stále více podniků si uvědomuje, že pohled zákazníka může rozhodnout o jejich úspěchu. Někteří výrobci a exportéři zařízení ve spolupráci se svými zákazníky, designéry, konstruktéry a techniky tvoří nové produkty podle potřeb zákazníka, a proto pro zhodnocení nových obchodních příležitostí a trhu používají metodu 4C. V moderním pojetí tato metoda zkoumá zákazníky (*customers*), zajímavé regiony (*country*), náklady (*costs*) a konkurenty (*competitors*). V kapitole 3 budou popsány jednotlivé regiony Ruské federace, národní specifika, náklady na marketing, celní bariéry a v neposlední řadě konkurence v oblasti výroby měřičů tloušťky pásu pomocí metody 4C.

Shrnutí

Podle autorky bakalářské práce vytvoření pracovního týmu, nalezení a uspořádání potřebných zdrojů je nejdůležitější činností pro fungování podniku. Je tedy nutné mít přehled o existující možnosti moderního řízení a financování podnikání. V současné době existuje příležitost, jak zlepšit nebo si usnadnit podnikání souborem dostupných podpor, které nabízejí různé instituce buď ze státních prostředků, anebo prostřednictvím rozvojových a investičních fondů Evropské unie. Podpora malého a středního podnikání je upravena zákonem č. 47/2002 Sb. v aktuálním znění. Podpora se podle tohoto zákona poskytuje ve formě finanční výpomoci, dotace, finančního příspěvku, záruky nebo úvěru se sníženou úrokovou sazbou. Z hlediska původu finančních prostředků se mohou subjekty poskytující materiální, finanční a informační podporu rozdělit do několika skupin, zejména na vládní organizace, nevládní organizace na bázi neziskových organizací, podnikatelské inkubátory a vědeckotechnické parky, komerční subjekty specializující se na podporu podnikání. Velký podíl v oblasti podpory malého a středního podnikání mají CzechInvest, CzechTrade, Design centrum, Českomoravská záruční a rozvojová banka, a. s. (dále ČMZRB), Česká exportní banka, a. s.

³⁸ KOTLER, Philip. *Marketing podle Kotlera: jak vytvářet a ovládnout nové trhy*. Praha: Management Press, 2000. ISBN 80-7261-010-4.

(dále ČEB), Regionální poradenská a informační centra a podnikatelská inovační centra (dále RPIC a BIC), Národní vzdělávací fond (dále NVF), Hospodářská komora ČR, Agrární komora ČR, Svaz obchodu ČR a cestovního ruchu, Svaz průmyslu a dopravy ČR, Asociace malých a středních podnikatelů a živnostníků ČR a Centrum pro evropskou integraci.

Na základě stanovených cílů a priorit Národního rozvojového plánu pro dané období 2014–2020 připravila ČR pro využívání podpory z ESI fondu celkem 11 operačních programů. Hlavním programem pro podporu malého a středního podnikání je Operační program Podnikání a inovace pro konkurenceschopnost malých a středních podniků. Program Marketing, podporující účast na zahraničních veletrzích a tvorbu propagačních materiálů, je důležitým nástrojem finanční podpory pro podnik, ve kterém pracuje samotná autorka bakalářské práce. Prostřednictvím portálu MS2014+ žadatel podává žádost o poskytnutí finanční podpory a dodá veškeré nutné podklady pro schválení a úspěšnou realizaci vypracovaného projektu.

3 Analýza, popis a specifika ruského metalurgického trhu

Vstup na zahraniční trh a udržení pevné pozice zahrnuje spoustu úsilí, času, nákladů a spolupráci manažerů, obchodníků a distributorů v různých směrech pro dosažení požadovaného výsledku. Mezi základní témata průzkumu zahraničního trhu zahrnujeme charakteristiky trhu, stav trhu, odvětví, analýzu dodavatelů, analýzu stávajících a potenciálních zákazníků, distribuční cesty, metody komunikace, finance, legislativu a trendy.

3.1 Profil společnosti UVB TECHNIK s. r. o.

Název UVB TECHNIK s. r. o.
Jednatelé Ing. Pavel Vitoslavský, Ing. Tomáš Barták
Adresa Ostravská 79A, 748 01 Hlučín
IČO 25818180
DIČ CZ25818180 (plátce DPH)
Tel. +420 595 044 444
ID datové schránky p3p9guj
CZ-NACE 265100

Hlavním předmětem podnikání je výroba a následná montáž měřících zařízení. Aktuální počet zaměstnanců ke dni podání žádosti o dotaci 15.

Společnost UVB TECHNIK s. r. o. se zabývá výrobou a prodejem měřící techniky do válcoven za studena. Důvodem založení společnosti byla snaha využít zkušenosti z oblasti strojírenství a technologie a zvýšená poptávka na trhu přesných kontaktních kontinuálních měřičů tloušťky pásu.

Strategií společnosti UVB TECHNIK s. r. o. je dostávat se do povědomí potenciálních zákazníků po celém světě jako výrobci high-tech výrobků vysoké kvality. K uvedenému cíli směřuje prezentováním společnosti a výrobků na nejprestižnějších odborných veletrzích, výstavách a konferencích v oboru hutnictví. Součástí strategie je získávání zástupců pro prodej výrobků společnosti. Kromě osobních doporučení využívá společnost k jejich vyhledávání také odborných výstav a veletrhů tak, aby to byli lidé a firmy se zaměřením na stejný okruh zákazníků.

Hlavním cílem společnosti je vyrábět a nabízet řadu high-tech výrobků pro válcovny za studena a pro co nejrychlejší expanzi prodeje mít perfektně vybudovanu síť zástupců po celém světě v místech, kde se nachází hutní podniky.

V roce 1999 pronikla firma na zahraniční trh, první zemí, do níž exportovala, bylo Španělsko. Od tohoto roku společnost pravidelně exportuje výrobky do států Evropy:

Slovensko, Polsko, Belgie, Francie, Itálie, Rakousko, Německo, Velká Británie, Lichtenštejnsko, Srbsko, Rusko, Rumunsko, Ukrajina; Asie: Indie, Jihokorejská republika, Čína, Japonsko; Afriky: Jihoafrická republika, Nigerie a Ameriky: USA, Argentina, Chile atd.

Seznam účastí na veletrzích v zahraničí v uplynulých pěti letech zahrnuje účast na veletrhu Litmaš Moskva v Rusku v květnu 2011. Výsledkem je navázání spolupráce s CNIChermet I. P. Bardina (výzkumný institut železných kovů), kam byl zanedlouho dodán měřič tloušťky pásu typ MTP-1301. Rovněž byla úspěšně navázána spolupráce s JSC AZOTSM Artyomovsk Ukrajina a dodán měřič tloušťky pásu typ MTP-3001A. V listopadu 2012 společnost představila své výrobky na veletrhu Metal Expo Moskva v Rusku. Krátce poté válcovna barevných kovů JSC GZOCM zakoupila 2 ks stíracího zařízení typ SZ-900. Znamá válcovna zlata a stříbra FGUP MZSS po návštěvě stánku zakoupila 3 ks měřičů tloušťky MTF přes firmu LLC Mashinvest Moskva.

3.2 Současná situace v Ruské federaci

Mnohé tradiční položky českého exportu jsou v současné době obtížně realizovatelné, například spotřební zboží, potraviny, obecně řečeno zboží s nižší přidanou hodnotou. Sankce ze strany EU a USA výrazně ovlivnily obchodní politiku a přivolaly jisté změny. Agentura CzechTrade na svých webových stránkách popisuje situaci v RF takto:

- Na ruském trhu převládá vládní podpora trendu záměny / náhrady importovaného zboží a služeb tuzemským, resp. ze států bývalého sovětského státu.
- Náhle dochází ke snížení mezinárodního ratingu RF, ruských společností, bankovních institucí, následuje krach a konsolidace bank v RF.
- V dnešní době byla realizace významných projektů přerušena, zakonzervována, pokračuje však relativně slušná poptávka po výrobním zařízení, které posiluje místní výrobní základnu, ale sílí tlak na cenu, a tím i akceptaci nižší kvality.
- Ruský stát začal ze svých rezervních fondů spolufinancovat pouze klíčové infrastrukturální projekty.
- Od 1. ledna 2015 nastal volný pohyb zboží, služeb, kapitálu i pracovní síly, společná energetická, průmyslová, zemědělská a dopravní politika se státy bývalého sovětského svazu.
- Výdaje na obranu jsou zachovány v původní výši, do roku 2020 se počítá s přezbrojením armády až se 70 %, což ve finančním vyjádření představuje výdaje ve výši 23 trilionů rublů, které zahrnují nákup nových strojů a zařízení.

- Vnitřní popularita současného vedení RF zůstává na vysoké úrovni, rychlý růst zemědělské produkce v RF, snaha o nezávislost na zahraničních dodavatelích, tlak na přenášení výroby do RF.³⁹
- V roce 2016 vzrostl průmysl RF o 1,1 % ve srovnání s poklesem o 3,4 % v roce 2015. V prosinci 2016 růst průmyslové výroby dosáhl rekordní úrovně – 3,2 %. V předešlých 11 měsících tuto dynamiku zajišťovala především těžba nerostných surovin a potravinářský průmysl, naopak růst průmyslové produkce snižovala výroba ropných produktů a metalurgie.⁴⁰

3.3 Export do Ruské federace

Pro každého exportéra představuje prostor čítající více než 140 mil. obyvatel obrovskou obchodní příležitost, i když každý zkušený exportér ví, že exportovat do RF není snadné. Zájem o ruský trh roste nejen mezi velkými výrobními podniky, ale i mezi malými a středními podnikateli a různorodostí exportní produkce se meze nekladou. Ruští zákazníci si cení špičkové kvality, originální design a kvalitní zákaznický servis, což je v Rusku podvědomě zakotveno v souvislostech s českými výrobky.⁴¹

Vzhledem k nedostatečně rozvinuté, zastaralé nebo neexistující infrastruktuře a vzhledem k obrovským vzdálenostem mezi většími městy a administrativními centry, vznikají náklady na překonání těchto překážek při návštěvách zajímavých podniků, a proto jsou návštěvy různých specializovaných veletrhů v Moskvě nebo Petěrburgu obrovskou příležitostí pro prezentaci vlastní produkce a pro vedení obchodních jednání. Ruské podnikatelské prostředí se postupně kultivuje, rozvíjí a stává se transparentnějším, což přináší zvýšení přibývajících počtu zahraničních exportérů neboli konkurentů.

UVB TECHNIK s. r. o. započal export své produkce do RF v roce 2012. Ruský trh má velký potenciál, a proto se i v době sankcí komunikace se zákazníky nezastavila a naopak roste snaha nabízet měřicí zařízení.

³⁹ CZECHTRADE: *Prezentace ZK Moskva* [online]. CZECHTRADE [13.04.2017]. Dostupné z: <https://www.czechtrade.cz/getattachment/kalendar-akci/archiv-akci/2016/10/perspektivy-ceskeho-exportu-do-ruska/CzechTrade-Masata.pdf.jpg;%20.jpg;%20.png;%20.gif>

⁴⁰ CZECHTRADE: *Ruský průmysl zaznamenal v roce 2016 značný růst* [online]. CZECHTRADE [13.04.2017]. Dostupné z: <https://www.czechtrade.cz/sluzby/informacni-servis/novinky/rusky-prumysl-zaznamenal-v-roce-2016-znacny-rust>

⁴¹ KRS, Jan a Jiří PYTLÍČEK. *Export do Ruské Federace* [online]. [19.12.2016]. Dostupné z: <http://www.mzv.cz/file/940066/Rusko.pdf>

Obrat a export společnosti v období 2012–2016

Tabulka 3.1 Obraty UVB TECHNIK s. r. o. za období 2012–2016

Období, rok	Celkový obrat, mil. Kč	Podíl exportu, mil. Kč	Export do Ruské federace, mil. Kč
2012	31 016 367	17 771 689	869 417
2013	14 018 266	7 146 960	173 190
2014	27 164 112	12 847 693	4 225 194
2015	24 202 124	12 689 893	245 637
2016	33 697 532	22 309 512	153 244
Celkem	130 098 401	72 765 747	5 666 682

Zdroj: Zpracováno podle účetních výkazů UVB TECHNIK s. r. o.

3.4 Ruské průmyslové regiony

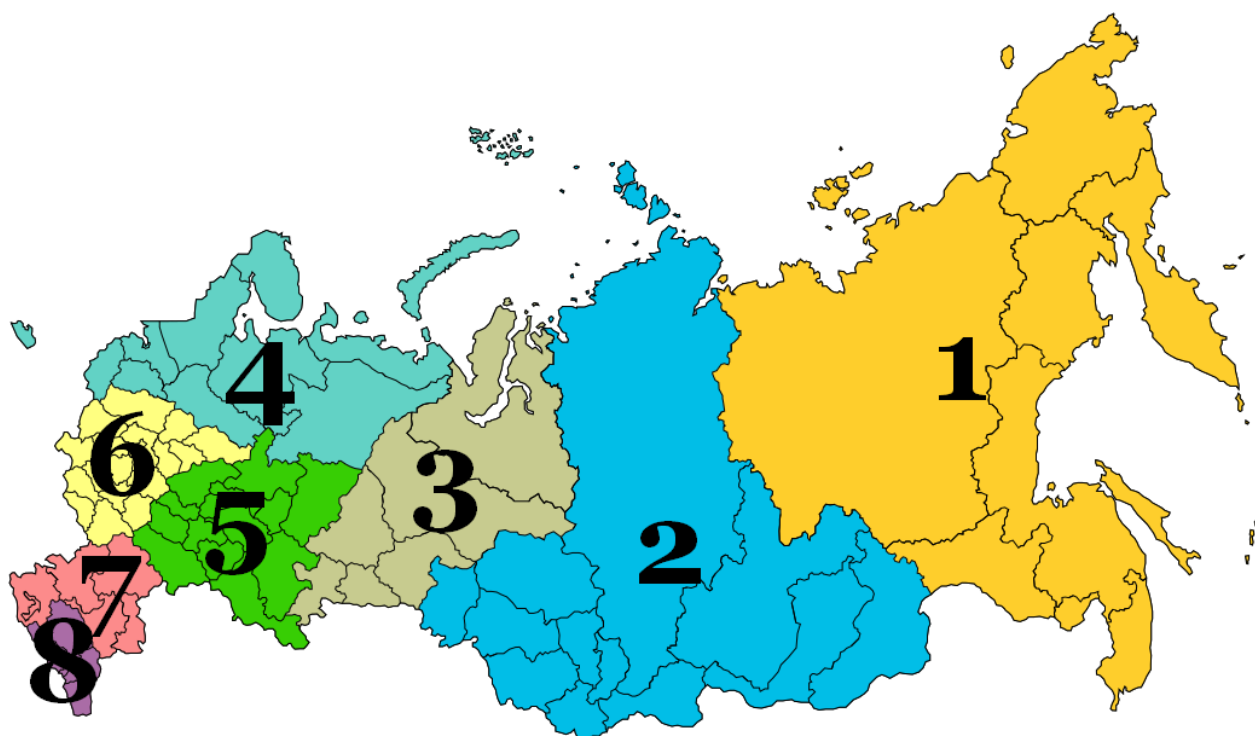
Firmám z Česka se v RF daří v metalurgickém odvětví, rovněž i ve stavebnictví, ve strojírenství a jiných průmyslových odvětvích. V období 2004–2014 výše exportu stoupla na téměř pětinasobek, konkrétně na 121 miliard korun. Za těmito čísly se skrývá trpělivá práce manažerů a obchodníků, kteří tráví na cestách nemálo času. Dynamický růst exportu do RF souvisí především s expanzí do regionů.

Podle ruské vlády nejpřitažlivějšími oblastmi jsou Moskevská oblast, Krasnodarský kraj a Tatarstán. Pro společnost UVB TECHNIK s. r. o. je nejzajímavější oblast v okolí jižního Uralu, kde se nachází hodně metalurgických podniků, dolů a kombinátů na zpracování železné nebo měděné rudy.

Agentura RIA Rating ze skupiny RIA Novosti provádí analýzy ekonomických a sociálních ukazatelů trhu pro určení postavení toho či onoho regionu na hospodářské mapě Ruska. Ruská federace je známá nerovnoměrným vývojem jednotlivých regionů a v některých případech se enormní rozdíly odráží nejen na ekonomické situaci obyvatelstva, ale také na celkové oblíbenosti u zahraničních investorů. Je to dáno přítomností nerostných surovin, infrastrukturou, klimatickými podmínkami a mentalitou obyvatelstva.

Na vrcholu žebříčku popularity mezi investory se ocitly Moskva a Peterburg. Následuje Ťumenská oblast, jejíž součástí jsou dva autonomní okruhy: Chantymansijský a Jamalsko-něnecký. V čele celého žebříčku stojí Moskevská oblast. Podle zprávy RIA Raiting skoro polovina ruského HDP připadá na tyto oblasti. Tato velká města jsou vnímána jako důležitá průmyslová centra, kam vydatným proudem tečou finanční prostředky z úspěšně uzavřených obchodů, jenže „hmotná základna“ se nachází jinde, a to přesně v bloku nazývaném Ťumenský konglomerát, který je součástí Uralského Federálního regionu.⁴²

Obrázek 3.1 Přehled federálních regionů Ruské federace



Zroj: Vlastní zpracování dle administrativního dělení RF⁴³

Celá Ruská federace se člení na osm okruhů:

1. Dalněvostočný Federální region,
2. Sibiřský Federální region,
3. Uralský Federální region,
4. Severo-západní Federální region,
5. Přivolžský Federální region,

⁴² HOSPODÁŘSKÉ NOVINY: *Ruské regiony: tahouní a loudalové ze dne 25. června 2013* [online]. [13.03.2017]. Dostupné z: [http://exporter.ihned.cz/?p=0ACE00&archive\[source_date\]=2013-06-25](http://exporter.ihned.cz/?p=0ACE00&archive[source_date]=2013-06-25)

⁴³ RUSKO-INFO: *Administrativní členění Ruské federace* [online]. RUSKO-INFO [17.04.2017]. Dostupné z: <http://www.rusko-info.cz/clanek/administrativni-cleneni-ruske-federace>

6. Centrální Federální region,
7. Jižní Federální region,
8. Severo-kavkazský Federální region.

Na českém trhu existuje řada konzultačních společností, které se zabývají průzkumem ruského trhu, poradenskou a zprostředkovatelskou činností, překladatelskými a tlumočnickými službami, nebo komplexním poradenstvím při investičních projektech. V době informačních a komunikačních technologií jsou dostupné sekundární informace na webových stránkách obchodních komor, vládních institucí a samotných výrobců v RF.

Velmi pravdivé a užitečné informace se dají nalézt rovněž na stránkách Association of European Bussinesses www.aebrus.ru, v případě specifických požadavků ze strany zájemců jsou potřebné informace poskytovány i jednotlivými zastoupeními ČR v zahraničí.⁴⁴ Detailní analýza ruského trhu dle nerostných surovin je uvedena v příloze č. 1.

3.5 Specifika metalurgického odvětví Ruské federace

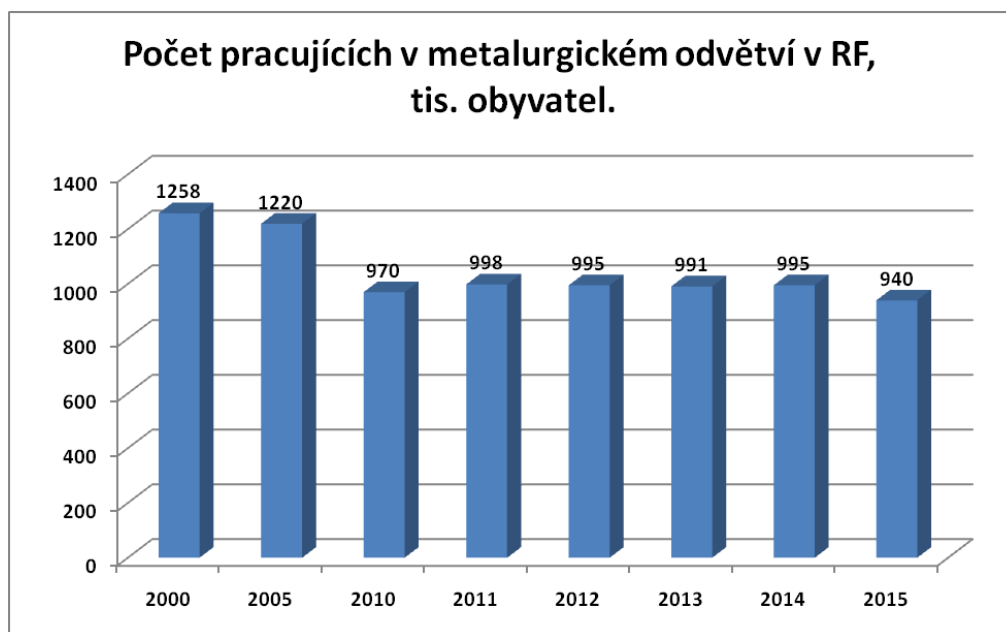
Hutnictví je jedním z nejvíce vyvinutých oborů ruského hospodářství. Podle důležitosti toto odvětví zaujímá v ruské ekonomice druhé místo hned za odvětvím zpracování ropy a plynu. Obor hutnictví se dělí na hutnictví železa a hutnictví barevných kovů. Celkem se v Ruské federaci nachází 28 000 nejrůznějších organizací spojených s hutní výrobou a její realizací (včetně organizací spojených s těžbou a zpracováním barevných kovů). Podle statistiky jeden dělník, zaměstnaný ve výrobě oceli, zajišťuje dalších 25 pracovních míst v příbuzných odvětvích ekonomiky.

Ke konci roku 2015 bylo v hutním průmyslu RF zaměstnáno kolem 2,2 % všech pracujících, což v množstevním ekvivalentu činí 955 tis. pracovníků. Je třeba konstatovat, že se počet pracovníků v tomto sektoru každý rok zmenšuje. Souvisí to především s automatizací v odvětví a reorganizací závodů.⁴⁵

⁴⁴ KRS, Jan a Jiří PYTLÍČEK. *Export do Ruské Federace* [online]. [19.12.2016]. Dostupné z: <http://www.mzv.cz/file/940066/Rusko.pdf>

⁴⁵ FEDERAL STATE STATISTICS SERVICE. *SDDS: Statistical review for the I half, 2016* [online]. FEDERAL STATE STATISTICS SERVICE [11.03.2017]. Dostupné z: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc_1140076462969

Graf 3.1 Počet pracujících v metalurgickém odvětví v letech 2000–2015



Zdroj: Zpracováno dle Federal State Statistics Service.⁴⁶

Podíl hutního odvětví v HDP země činí 4,7 %, přičemž podíl hutní výroby se v ruském průmyslu rovná 12 %. Metalurgické závody spotřebovávají kolem 20 % elektrické energie z celkového objemu spotřeby elektrické energie v průmyslu, přičemž podíl metalurgického průmyslu v nákladní železniční přepravě činí 18,8 %.⁴⁷

Podle výsledků hospodaření za rok 2014 bylo podniky metalurgického odvětví vyrobeno a vyskladněno zboží v hodnotě za více než 4,32 bil. rublů, což je rekordní ukazatel v nejnovější ruské historii. Oproti roku 2013 růst objemu prodeje představuje 8,6 %.

Je to výsledek působení několika faktorů. Především se jedná o snížení dodávek hutních výrobků ukrajinskou výrobou. Během posledních let snížily ukrajinské metalurgické podniky objem výroby o 38 %. V důsledku toho na světovém trhu kovů poptávka převýšila nabídku, čehož ruští metalurgové využili a uchytili se na nových odbytových trzích. Druhým faktorem je devalvace rublu. Kupující požadovanou provozní surovinu za rubly i získávající část příjmů v zahraničních devizách, ruští metalurgové značně zvýšili svůj zisk. Podle výsledků roku 2014 rentabilita podniků metalurgického komplexu dosáhla 16,7 %, obdobný ukazatel tohoto odvětví se v roce 2013 rovnal 9,9 %. Pokles exportu byl v roce 2014 vyvolán

⁴⁶ FEDERAL STATE STATISTICS SERVICE: *Statistical review for the I half, 2016* [online]. FEDERAL STATE STATISTICS SERVICE [24.02.2017]. Dostupné z: http://www.gks.ru/bgd/regl/b16_06/Main.htm

⁴⁷ FEDERAL STATE STATISTICS SERVICE: *Statistical review for the I half, 2016* [online]. FEDERAL STATE STATISTICS SERVICE [24.02.2017]. Dostupné z: http://www.gks.ru/bgd/regl/b16_06/Main.htm

změnami ceny ropy na světových trzích a zavedením sankcí ze strany EU.⁴⁸ Podle výsledků z roku 2015 byla podniku metalurgického odvětví na export vyskladněna produkce v hodnotě 31,78 mld. rublů.

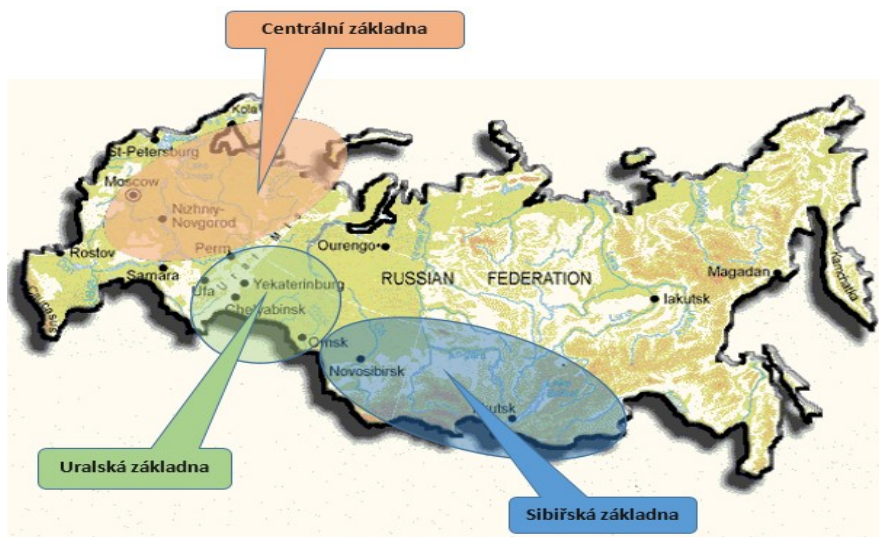
3.5.1 Cílové průmyslové zóny Ruské federace

Hutnictví železa představuje odvětví těžkého průmyslu vyrábějícího litinu, ocel, válcovaný materiál, feroslitinu, žáruvzdorný materiál a stejně tak těžbu a obohacování železné rudy. Do struktury odvětví hutnictví železa v Ruské federaci patří víc než 1,5 tisíce podniků, z nichž víc než 70 iniciovalo ve svém sousedství výstavbu města. V tomto odvětví metalurgického průmyslu jsou zaměstnaní 2/3 pracovníků ruského hutnictví.

Technologický postup získání litiny a oceli je založen na využití nalezišť železné rudy a koksovatelného uhlí. Proto se za účelem snížení nákladů na jejich dopravu stavěly metalurgické závody v oblastech bohatých na výskyt těchto užitečných surovin.

V Rusku jsou tři nejdůležitější základny hutnictví železa. Jsou to Uralská, Centrální a Sibiřská, které jsou znázorněny na obrázku č. 3.2. Uralská hutní základna je v Rusku nejstarší a také největší. Nyní se tu vyrábí kolem zhruba polovina veškeré ruské produkce hutnictví železa. Uralská metalurgická základna je spjata s kuzbaskými uhelnými doly a uralskými nalezišti železné rudy.

Obrázek 3.2 Přehled průmyslových základen Ruské federace



Zdroj: Vlastní zpracování dle informace ze Zeměpis24.⁴⁹

⁴⁸ FEDERAL STATE STATISTICS SERVICE: Statistical review for the I half, 2016 [online]. FEDERAL STATE STATISTICS SERVICE [11.03.2017]. Dostupné z: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc_1140076462969

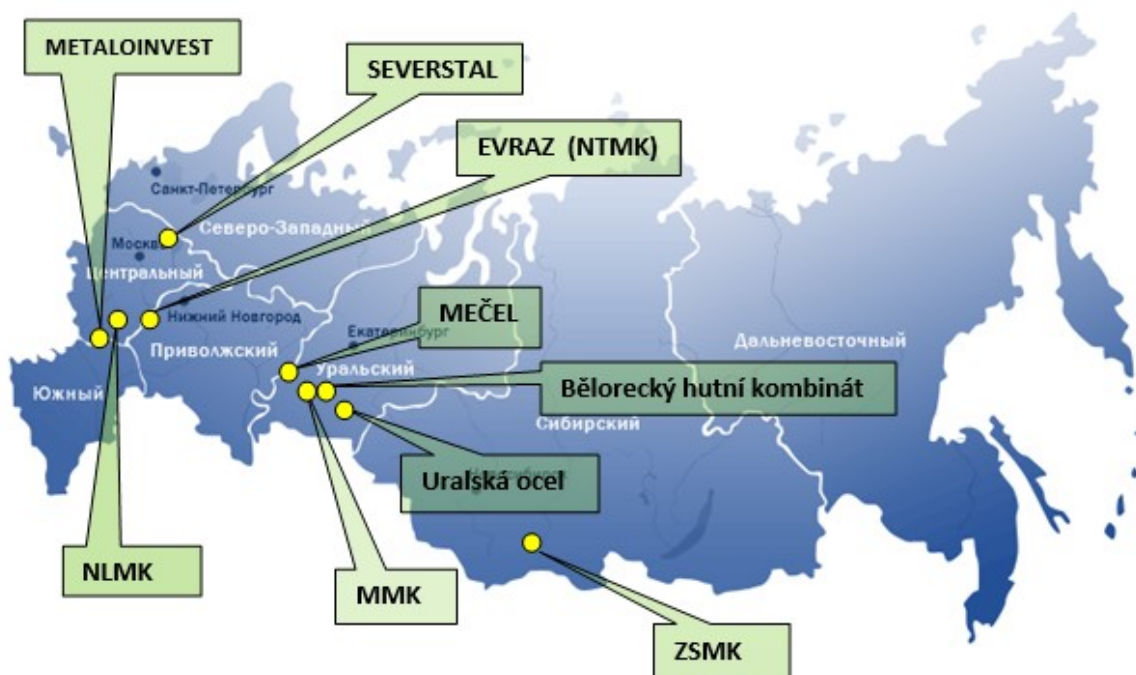
⁴⁹ ZEMĚPIS24: *Rusko (stát)* [online]. ZEMĚPIS24 [12.02.2017]. Dostupné z: <https://www.zemepis24.cz/staty/rusko>

3.6 Cílová skupina zákazníků

Na metalurgickém trhu se pohybují světově nejznámější metalurgické společnosti. Společnost UVB TECHNIK s. r. o. sleduje se zájmem vývoj, nákupní trendy a potřeby hlavních ruských válcoven železných a neželezných pásů:

- PAO Severstal,
- EVRAZ,
- OAO Novolipecký hutní kombinát (dále NLMK),
- OAO Magnitogorský hutní kombinát (dále MMK),
- OAO Metalinvest,
- OAO Mečel.

Obrázek 3.3 Přehled cílových zákazníků v Ruské federaci



Zdroj: Vlastní zpracování podle internetových stránek zákazníků.

Obrázek 3.4 Přehled výrobců mědi v Ruské federaci



Zdroj: Vlastní zpracování podle internetových stránek zákazníků.

Obrázek 3.5 Přehled výrobců zinku, olova a cínu v Ruské federaci



Zdroj: Vlastní zpracování podle internetových stránek zákazníků.

Detailní popis cílových zákazníků je uveden v příloze č. 2

3.7 Zhodnocení metalurgického prostředí metodou 4C

Customers = zákazníci

Společnost UVB TECHNIK s. r. o. vyváží měřiče tloušťky pásů do celého světa, ale neustále se snaží zvýšit svůj podíl na lokálních a světových trzích. Export má velký podíl na objemu tržeb společnosti. Cílovými odběrateli vyráběného zařízení jsou válcovny zastudena, které nemohou udržet světově prvenství ve výrobě bez kvalitně vyrobených pásů.

V seznamu stávajících zákazníků společnosti UVB TECHNIK s. r. o. z řad metalurgických podniků Ruské federace (dále RF) jsou tyto výrobci:

- zlatých a stříbrných pásů FGUP MZSS v Moskvě,
- ocelových pásů - OAO Konserv-Trade v Magnitogorsku, FGUP CNIChermet I. P. Bardina v Moskvě, AO Elektrostal v Elektrostali,
- bimetalických pásů - LLC GZOCM v Gaji, JSC KZOCM v Kirově
- hliníkových pásů - LLC Uralskaja folie v Michajlovsku.

Měřicí přístroje společnosti UVB TECHNIK s. r. o. zaručují preciznost a kvalitu vyráběného materiálu, které se odráží v následující fázi výroby v různých odvětvích, zejména v automobilovém průmyslu, stavebnictví, strojírenství a potravinářství.

Country = národní specifika

Ruska federace je specifická ve všech směrech. Pro přehlednost jsou zde uvedeny nejdůležitější podmínky úspěšného vstupu na trh z pohledu zkušeností UVB TECHNIK s. r. o. Pokud není mezinárodními dohodami stanoveno jinak, musí mít každý cizí státní příslušník při vstupu na území Ruské federace platnou vízovou doložku (dále vízum). Pro turistická i služební víza do RF je třeba doložit pozvání organizace. Cena víza se odvíjí od jeho typu, platnosti, počtu vstupů do země a rychlosti vyřízení. Podle aktuální informace uvedené na stránkách Ruského vízového centra v ČR se cena za turistické vízum do 30 dní pohybuje okolo 1 990 Kč. Cena obchodního víza se pohybuje v rozmezí 2 300 Kč – 4 000 Kč na osobu, vše závisí na počtu vstupů do země a délky trvání pobytu. Finanční částka je vždy konečná, včetně všech poplatků vízové podpory a DPH. Žadatel musí vyplněnou žádost odeslat na příslušné Vízové centrum v Praze nebo Brně či Karlových Varech, kam se následně dostaví osobně nebo v zastoupení a doloží zbývající dokumenty. Standardní doba vyřízení trvá 10 kalendářních dní.⁵⁰

⁵⁰ RUSKÉ VÍZOVÉ CENTRUM V ČESKÉ REPUBLICE. VHS: *Vízum* [online]. VHS [28.03.2017]. Dostupné z: <http://www.vhs-czech.com/page/217?domain=14&language=18>

Cizí státní příslušníci jsou prověřováni Federální službou státní bezpečnosti Ruské federace. Minimálně s předstihem jednoho měsíce je nutné zaslat kopii cestovního pasu z důvodu kontroly na příslušném oddělení metalurgického podniku.

Podle agentury CzechTrade, která se aktivně podílí na informační podpoře, je nutné si všimnout těchto skutečností:

- Korupce a úplatků, které jsou často přítomné v zahraničním obchodě ve skryté formě.
- Nepodložených statistických údajů typu export-import, které nelze považovat za zcela pravdivé pro rozhodnutí o vstup na ruský trh z důvodu zkreslování skutečných údajů ze strany státních orgánů RF.
- Přetrvávání nedostatku kvalifikované síly v daných regionech.
- Zvýhodňování místních firem.
- Zvýšení podpory místních firem, a tím se zhoršují podmínky pro vstup zahraničních dodavatelů na ruský trh.⁵¹

Cost = náklady

Velice vhodnou formou vstupu na ruský trh je účast na mezinárodních veletrzích. Je to náročná a nákladná forma prezentace, ale má velice pozitivní vliv na vytváření nových obchodních vztahů. Koncentrace známých úspěšných ruských podniků na jednom místě poskytuje neomezené příležitosti pro jednání a prezentaci zařízení. Tabulka celkových skutečných nákladů na veletrh je uvedena v kapitole č. 4.2, v tabulce č. 4.3. V průběhu přípravných a organizačních procesů vznikají způsobilé a nezpůsobilé náklady v souladu s pravidly pro žadatele a příjemce z operačního programu Podnikání a inovace pro konkurenceschopnost, které je nutno striktně rozdělit. Do kategorie způsobilých nákladů spadají následující položky: registrační poplatek, veletržní plocha a vybavení stánku, přeprava exponátů z ČR do cílové země, dále reklamní články v katalogu vystavovatele a tvorba propagačních materiálů. Co se týká samotných propagačních materiálů, které budou určeny pro veletrh Metal Expo 2017 v Moskvě, předpokládaný rozpočet na jejich přípravu a pořízení je součástí kapitoly č. 4.2, tabulky č. 4.1. Podle definice způsobilosti se v příručce Pravidla pro žadatele a příjemce dotace z operačního programu OPPIK hovoří o výdajích. Nicméně pro bakalářskou práci bude využita terminologie nákladů v kapitole č. 4 z důvodu vyhodnocení trhu dle metody 4C.

⁵¹ CZECHTRADE: *Prezentace ZK Moskva* [online]. CZECHTRADE [13.04.2017]. Dostupné z: <https://www.czechtrade.cz/getattachment/kalendar-akci/archiv-akci/2016/10/perspektivy-ceskeho-exportu-do-ruska/CzechTrade-Masata.pdf.jpg;%20.jpeg;%20.png;%20.gif>

Competition = konkurence

Pojmem podnik podle judikatury Evropského soudního dvora se představuje jakýkoli subjekt, který „vyvíjí ekonomické aktivity“. Z toho vychází, že podnikem nejsou pouze subjekty, jejichž předmětem činností je vytváření zisku, ale především subjekty, které se umí pohybovat na konkurenčním trhu.⁵²

Hlavní konkurencí společnosti UVB TECHNIK s. r. o. v tuzemsku i na zahraničních trzích představuje německá společnost Friedrich Vollmer Feinmessgerätebau GmbH. Společnost byla založena v roce 1963 a až doposud působí jako největší a nejznámější výrobce kontaktních měřičů tloušťky pásů na světě. V průběhu marketingového průzkumu byla zjištěna slabá místa v dodávkách zařízení konkurenční firmy, včetně poskytování servisních služeb. Ke konkurenčním výhodám UVB TECHNIK s. r. o. patří: vysoká kvalita (přesnost měření), nově použité technologie, vlastní výzkum a vývoj, dokonalá znalost zákaznického prostředí, konkurenceschopné ceny produktů, náhradních dílů i servisu, záruční a pozáruční servis a v neposlední řadě odborně proškolení zástupci. Po dobu působení na českém trhu se podařilo zcela vytlačit největšího německého konkurenta, společnost Friedrich Vollmer Feinmessgerätebau GmbH. Konkurence z řad českých firem v současné době neexistuje.

⁵² TAUER, Vladimír, Helena ZEMÁNKOVÁ a Jana ŠUBRTOVÁ. Získejte dotace z fondů EU: tvorba žádosti a realizace projektu krok za krokem: metodika, pravidla, návody. Brno: ComputerPress, 2009. ISBN 978-80-251-2649-3.

4 Využití dotace v programu Marketing OPPIK

Dotace z programu Marketing pro společnost UVB TECHNIK s. r. o. je velkou příležitostí k prezentaci výrobků na zahraničních výstavách, veletrzích a zároveň možnost zúčastnit se jednání za účelem rozšíření obchodních vztahů a prosazení se na ruském trhu. Podle mentality ruských zákazníků podnik, který se neúčastní veletrhu, je ve velmi špatné ekonomické situaci. Účast na mezinárodním veletrhu v Moskvě je pro firmy prestiží, i když se jedná o finančně náročnou záležitost.

4.1 Veletrh Metal Expo v Moskvě

Metal Expo je dlouholetou základnou pro setkání technických specialistů, spotřebitelů, prostředníků a výrobců metalurgického odvětví nejen Ruské federace, ale i zástupců mezinárodních společností exportujících do ruský mluvících zemí.

Každým rokem se na výstavě prezentují společnosti z více než 35 států světa. Dvě výstavní haly jsou schopné poskytnout plochu pro více než 500 společností. Bezkonkurenčně největší stánky patří lídrům metalurgického odvětví, mezi které se řadí Magnitogorsk Iron and steelworks, NLMK Group, Severstal, Mechel, UMMC, ArcelorMittal, SMS group, Danieli, RHI, SSAB a další výrobci pásů, potrubí, kovových výrobků a těžkého strojírenství. Zároveň dochází k setkávání s více než 4 000 kvalifikovanými odborníky z RF, Indie, Číny, Německa a Itálie, což je obrovskou příležitostí pro představitele společnosti UVB TECHNIK s. r. o.

Předpokládané kvalitativní a kvantitativní cíle

- Seznámení se s novými potenciálními zákazníky z celého světa,
- setkání se s obchodními zástupci společnosti,
- prohloubení obchodních vazeb,
- opětovný kontakt s firmami,
- uzavření smluv o prodeji.

4.2 Organizační a realizační náklady na veletrh

Na základě předchozích zkušeností z veletrhu v různých zemích se bude objednávat stánek o velikosti 15 m² pro umístění exponátů s dostatečným jednacím prostorem.

Přehled odhadovaných způsobilých nákladů v rámci realizace projektu je přehledně zpracován v tabulce č. 4. 1. Poukazuje na vysoké náklady na organizaci a provedení veletrhu v Moskvě.

Tabulka 4.1 Přehled odhadovaných způsobilých nákladů

Místo vzniku	Název	Částka, Kč
Stánek	Připojení k inženýrským sítím	2 835
	Připojení k internetu	2 338
	Pronájem stánku, včetně vybavení	196 185
	Povinné poplatky spojené s účastí	9 720
	Služby spojené s provozem stánku	11 990
	Celkem	223 068
Doprava exponátů	Doprava, včetně balného, manipulace - zajištění externí firmou	83 188
	Celkem	83 188
Propagace a marketing	Brožury	23 750
	Flashdisk (tisk logo EU)	28 000
	Inzerát, pozvánky pro zákazníky	5 000
	Grafické návrhy výše uvedených	7 500
	Překlady textu pro brožury	3 500
	Celkem	67 750
Náklady celkem	374 006	

Zdroj: Zpracováno na základě poptávek a nabídek organizátorů veletrhu, nabídek přepravní a grafické společnosti.

Přehled odhadovaných nezpůsobilých nákladů

Veletrhu v Moskvě se zúčastní dva zaměstnanci, jejichž finanční náklady budou vyčísleny v tabulce č. 4.2. Všechny náklady uvedené v této tabulce jsou nezpůsobilé, a tudíž nebudou zahrnuty do žádosti o proplacení ze schválené dotační podpory.

Tabulka 4.2 Přehled odhadovaných nezpůsobilých nákladů

Název	Částka pro 2 osoby, Kč
Zpáteční letenka	18 000
Mzdy	17 820
Stravné	14 310

Ubytování	25 440
Přeprava v Moskvě	5 500
Občerstvení na stánku	6 500
Telefon	1 500
Obchodní večere	20 000
Náklady celkem	109 070

Zdroj: Vlastní zpracování na základě podkladů z účetního oddělení UVB TECHNIK s. r. o.

Celková ekonomická náročnost veletrhu v Moskvě

Tabulka 4.3 Celkové odhadované náklady

Název nákladu	Výdaj, Kč
Celkové nezpůsobilé náklady	109 070
Celkové způsobilé náklady	374 006
Celkové náklady	483 076

Zdroj: Vlastní zpracování na základě podkladů z účetního oddělení UVB TECHNIK s. r. o.

Z výše uvedených propočtů vyplývá, že ekonomická náročnost jednoho veletrhu v Moskvě v RF bez dotačního příspěvku se bude pohybovat ve výši 483 076 Kč. Předpokládá se, že 45% z částky 374 006 Kč bude uhrazeno z dotace poskytnuté v rámci programu Marketing, což činí 168 302,70 Kč.

4.3 Projekt Marketing

Bakalářská práce je zaměřena na druhou etapu dotačního projektu společnosti UVB TECHNIK s. r. o. v programu Marketing s názvem Metal Expo, Metal Japan, AISTech, která začala 5. dubna 2017. V rámci vyhlášení výzvy byly publikovány přílohy pro úspěšné zpracování žádosti a realizaci projektu. Seznám příloh je k nahlédnutí v příloze č. 3.

Po pečlivém prostudování poskytnuté dokumentace v rámci výzvy byl založen účet v prostředí portálu IS KP14+. Anotace celé žádosti je podrobně sepsána a obsahuje následující body:

- **Aktuální problém**

Aktuálním problémem společnosti je nedostatečné financování propagace a s tím spojené omezené pronikání na zahraniční trhy s novými výrobky.

- **Žádost a popis celkového projektu**

Propagace a účast firmy na veletrhu Metal Expo v roce 2017, který se koná 7.–11.11.2017 v Moskvě v RF, včetně přepravy exponátů.

Účast na veletrzích Metal Japan v roce 2016 a 2017 v Japonsku, včetně přepravy exponátů, a taktéž účast na veletrhu AISTech 2017 v Tennessee USA, včetně přepravy exponátů.

- **Příčiny problému**

Vysoké finanční náklady na realizaci účasti na zahraničních veletrzích. Specifický druh veletrhu, který se koná pouze v zahraničí.

- **Cíl projektu**

Hlavním cílem společnosti je vyrábět a nabízet řadu high-tech výrobků pro válcovny zastudena a koksovny. Dále pro co nejrychlejší expanzi prodeje mít perfektně vybudovanou síť zástupců po celém světě v místech, kde se nachází hutní podniky. K uvedenému cíli směřuje prezentování společnosti a výrobků na nejprestižnějších odborných veletrzích, výstavách a konferencích v oboru hutnictví, samozřejmě také s tištěnými materiály na vysoké úrovni.

- **Očekávané důsledky**

Do pěti let se chce firma stát významným dodavatelem kontaktních kontinuálních měřičů tloušťky kovových pásů a technologie čištění pásů stíráním pro válcovny zastudena na zahraničním trhu, dále rozšíří zastoupení firmy ve světě ve všech významných zemích s hutním průmyslem a dále bude investovat volné finanční prostředky do vlastního výzkumu, vývoje nových výrobků a rozvoje výrobků současných.

- **Aktivity v rámci projektu**

Propagace je klíčovým prostředkem, jak se dostat do povědomí nových zákazníků a posílit věrnost stávajících, a tudíž záleží na jejím kvalitním a profesionálním provedení. Z tohoto důvodu bude proveden odborný návrh s moderním designem, včetně výroby brožur v mnoha jazykových mutacích.

- **Popis realizačního týmu**

Realizační tým se skládá ze čtyř zaměstnanců. Vedoucím týmu je jednatel společnosti Ing. Pavel Vitoslavský. Ekonomickou stránku projektu zastřešuje ekonomka Lenka Ticháčková. Marketingové úlohy v realizačním projektu plní export Manager Europe Ing. Lucie Huláková. Autorka bakalářské práce Natalia Vodičková zajišťuje administrativní a organizační stránku, včetně podkladů pro monitorovací zprávu v dotačním programu Marketing.

- **Povinné přílohy**

Současně s žádostí o dotaci byly odeslány povinné přílohy prokazující finanční stabilitu firmy vypracované ekonomickým úsekem společnosti.

- Prohlášení k definici malého a středního podnikatele.
- Prohlášení dle § 14 (3) e) zákona č. 218/2000 Sb.
- Prohlášení k podpoře de minimis.
- Finanční výkazy (Rozvaha).
- Podnikatelský záměr.
- Plná moc.
- Nabídky, kopie faktur za služby.
- Formulář finanční analýzy.
- Nabídky na služby.
- Prohlášení de minimis k Rozhodnutí.

4.4 Příprava na veletrh

Veletrh Metal Expo spadá do druhé realizační etapy dotačního programu. Autorka bakalářské práce podle následujícího harmonogramu činností zajistí administrativní přípravu a rovněž bude přítomna na stánku po celou dobu veletrhu.

Tabulka 4.4 Harmonogram přípravy na veletrh

Název činnosti	Měsíce, rok 2017						
	II	III	IV	V	IX	X	XI
Zaslání návrhu smlouvy							
Výběr vhodného místa stánku							
Podepsání smlouvy o účasti							
Výběr vybavení stánku							
Zadání inzerátu							
Podpis příloh ke smlouvě							
Poptávka a nákup letenek							
Objednávka ubytování							
Poptávka přepravy							
Zpracování propagačních materiálů							
Poptávka manipulačních prací							
Uzavření smlouvy							
Objednávka přepravy							

Příprava celních dokladů							
Příprava a balení exponátů							
Celní řízení							
Zaslání exponátů na veletrh							
Příprava administrativních záležitostí							
Odeslání pozvánek zákazníkům							
Účast na veletrhu 7.-10.11.2017							

Zdroj: Vlastní zpracování.

Harmonogram je strukturován do posloupných kroků, které jsou vysvětleny a popsány v následujícím textu.

- **Zaslání návrhu smlouvy ke kontrole do kanceláře pro zahraniční vystavovatele.** Smlouva obsahuje dvě stránky a pět příloh. Ve smlouvě jsou obsaženy podmínky spojené s užíváním pronajatého stánku, nábytku a obecná ustanovení. Každá z příloh se věnuje určitému aspektu, např. výběru nábytku, návrhu stánku, nápisu na čelní straně stánku a znění textu v katalogu vystavovatele.
- **Výběr vhodného místa stánku na veletrhu Metal Expo v Moskvě.** Na základě anotace činnosti podniku jsou nabízena místa v různých halách veletrhu. Nejvhodnější místo je vedle velkých podniků, které přímo vyrábějí válcované pásy. Bude vybrán liniový stánek o rozloze 15 m².
- **Podepsání smlouvy o účasti na veletrhu.** Dvoustránková smlouva po projednání a schválení vedením podniku bude podepsána a následně zaslána e-mailem do veletržní kanceláře.
- **Výběr a objednávka stánku, vybavení stánku.** Stánek bude pronajat od organizátora veletrhu se standardní výbavou. Z nábytku budou vybrány dva stoly, čtyři židle, stojan na literaturu, monitor na promítání prezentace, jedno podium o velikosti 0,5 x 1,0 x 1,0 m a dva podstavce o velikosti 1,0 x 0,5 x 1,0 m, věšák, kávovar, tři elektrické zásuvky.
- **Zadání inzerátu do veletržního katalogu.** Text inzerátu bude v katalogu vystavovatelů v ruštině a v angličtině.
- **Zaslání a podpis příloh k veletržní smlouvě.** Přílohy se musí podepsat oběma stranami.
- **Poptávka a nákup letenek do Moskvy.** Letenky budou koupeny u společnosti Orbix s. r. o. se sídlem v Praze.
- **Objednávka ubytování v Moskvě.** Ubytování v Moskvě se vybírá podle několika kritérií. Nejdůležitější v tomto případě je vzdálenost od výstavního areálu a dále

rozhoduje cena. Prostřednictvím internetové agentury Booking.com se provede výběr a rezervace vhodného ubytovacího zařízení.

- **Zaslání poptávek na přepravu exponátů do RF.** Rozeslat minimálně 3 poptávky na organizaci přepravy exponátů. Spolehlivé a odzkoušené jsou firmy Pelmi Olomouc, DSV Praha, Hansa Messe Německo.
- **Zpracování propagačních materiálů.** Zpracovaný koncept brožury v ruském jazyce se zašle ve formátu Pdf do tiskárny Retis group v Opavě. Je třeba objednat minimálně 500 ks brožur.
- **Zaslání poptávky na manipulaci a přepravu exponátů v rámci veletržního prostoru.** Na veletrhu Metal Expo operuje ruská společnost AZIMUT, která má smlouvu s organizátorem veletrhu na přepravní a manipulační služby spojené s exponáty uvnitř výstavních hal.
- **Uzavření smlouvy s realizátorem přepravních a manipulačních prací.** Podepsání smlouvy a stanovení seznamu dokumentů, potřebných k dočasnému clenění, výměna kontaktních údajů pro spolupráci ve veletržním prostoru.
- **Objednávka přepravy do Ruské federace.** Zaslání objednávky a vývozní faktury ke kontrole přepravci pro uskutečnění přepravy exponátů do Moskvy.
- **Příprava celních dokladů na dočasný vývoz zařízení z ČR.** Prostřednictvím e-mailu se zašle vývozní faktura, popis vyváženého zboží, prohlášení o dvojím užití a určení místa, kde zboží opustí EU do společnosti Gerlach spol s r. o. v Paskově.
- **Příprava a balení exponátů na veletrh.** Na veletrh se budou zasílat funkční modely zařízení: měřič tloušťky pásu typ MTP-2001A, stírací zařízení typ SZ - 400 pro odstranění zbytku oleje a emulzi z povrchu pásu.
- **Celní řízení.** Vyzvedne se vyvozní doprovodný dokument ze společnosti Gerlach spol s r.o. a proclí se na Celním úřadě, Rudé armády č. 865 (Areál OKD), Paskov.
- **Zaslání exponátů na veletrh Metal Expo, Moskva.** Zabalené a připravené exponáty, včetně potřebných dokladů, budou předány vybrané expediční společnosti a odeslány na místo konání veletrhu.
- **Příprava administrativních záležitostí pro registraci na veletrhu.** Pro převzetí originálních faktur od veletržní kanceláře se musí připravit dvě kopie podepsaných smluv a seznam materiálů a spotřebního zboží.
- **Účast na veletrhu.** Den před oficiálním otevřením se musí vybalit a rozestavit výstavní exponáty, umístit plakáty, provést označení jednacího prostoru vlajkou EU,

označení stánku logem Operačního programu OPPIK a připravit občerstvení na stánku.

4.5 Povinná publicita, propagace a marketing v projektu

Každý zákazník kladně vnímá nejen výstavní exponáty společnosti na stánku, ale i propagační materiály, plakáty a tištěnou reklamu v katalogu vystavovatelů. Náklady na reklamu v katalogu pořadatele dosáhnou až do výše 1 000 euro za jednu barevnou stránku formátu A4, proto čeští vystavovatelé tento způsob propagace příliš nevyužívají. Pro dodavatele výrobků strojírenského, metalurgického, elektrotechnického průmyslu je méně nákladná krátká reklama nebo popis činnosti společnosti v katalogovém seznamu vystavovatelů určitě vyhodnější, cena se pohybuje ve výši 0,33 EUR za jeden tištěný znak.

4.5.1 Tvorba propagačních materiálů

Společnost UVB TECHNIK s. r. o. po celou dobu své existence využívala pro účely prezentace výrobků jednotlivé katalogové listy produktů. Propagace je klíčovým prostředkem, jak se dostat do povědomí nových zákazníků a posílit věrnost stávajících, a tudíž záleží na jejím kvalitním a profesionálním provedení. V rámci projektu Marketing bylo vedením společnosti přijato řešení vytvořit brožuru, která bude obsahovat kompletní portfolio, včetně aktuálních fotografií aplikace zařízení na linkách zákazníků a zejména referencí u významných a celosvětově známých výrobců pásů.

Tabulka 4.5 Harmonogram výroby propagačních materiálů

Název činnosti	Mesíce, rok 2017										
	I	II	III	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	
Týmová porada obchodního oddělení na téma propagačních materiálů											
Výběrové řízení na provedení grafických návrhů reklamní brožury											
Vyhodnocení výběrového řízení											
Plánování osobní schůzky											
Osobní schůzka, popis představy a konceptu brožury											
Výběr propagačních informací a fotografií produktu											
Kontaktování překladatele a žádost o cenovou nabídku textu překladu z českého do ruského											

jazyka										
Předání informace grafikovi v českém jazyce (dále CJ)										
První návrh brožury v CJ										
Kontrola obdržných překladů z CJ do ruského jazyka (dále RJ)										
Korektura a úprava délky textů na základě grafického návrhu										
Zaslání přeložených textů brožury v ruštině grafikovi										
Zaslání požadavku na úpravu a odstranění nedostatků návrhu brožury										
Korektura navráceného a opraveného návrhu										
Domluva 2. osobní schůzky										
Návštěva grafické kanceláře a poslední úpravy návrhu na místě										
Kontrola kompletního návrhu brožury v RJ										
Výběrové řízení tiskárny a vyhodnocení výsledků										
Plánovaný termín dokončení a finalizace procesu tvorby										
Zadání brožury do tisku										
Převzetí vytištěných brožur										
Týmová porada obchodního oddělení a zhodnocení provedené práce										
Předání faktur k proplacení účetnímu oddělení										

Zdroj: Vlastní zpracování podle vnitřních pokynů a směrnic společnosti.

Harmonogram je strukturován do posloupných kroků, které jsou vysvětleny a popsány v následujícím textu.

- **Výběrové řízení na provedení grafických návrhů reklamní brožury.** V rámci výběrového řízení bude rozeslána poptávka na požadovaný druh práce na základě doporučení či referencí z webu.
- **Vyhodnocení nabídek a kontaktování grafika.** Hodnocení proběhne v rámci týmu. Hodnotícím kritériem bude cena nabídky.

- **Plánování osobní schůzky.** Preferencí společnosti je osobní jednání, které vede k efektivnosti práce a ujednání všech potřebných požadavků ze strany zadavatele práce.
- **Osobní schůzka s grafikem, popis představy a konceptu brožury.** Podle obecně připravených materiálu proběhne konzultace s tvůrcem grafického návrhu a dojednájí se konkrétní požadavky a detaily, například druh papíru, hmotnost, vzhled stránek, parciální lak.
- **Výběr propagačních informací a fotografií produktů.** Prvotní návrh bude zpracován v českém jazyce. Musí se připravit potřebné informace, fotografie, technické údaje a reference k jednotlivým produktům.
- **Kontaktování překladatele s žádostí o cenovou nabídku překladu textu z českého do ruského jazyka.** Společnost už spolupracuje s technickým překladatelem Ing. Jiřím Skácelem z Pardubic, který má dlouholetou zkušenost s technickými překlady v oblasti metalurgie. Následuje zaslání textu materiálů v českém jazyce, které budou použity v konceptu brožury.
- **Předání informace grafikovi v českém jazyce.** Prostřednictvím e-mailu budou zaslány grafikovi informace ve složkách ke každému propagovanému druhu výrobku zvlášť, včetně fotografií a popisku k nim.
- **První návrh brožury v českém jazyce.** Po obdržení prvního návrhu je důležitá týmová spolupráce ohledně vzhledu stránek, umístění obrázků a případných grafických změn. Po provedené konzultaci bude následovat sepsání a odeslání připomínek zpět do grafické kanceláře.
- **Kontrola obdržených překladů z českého do ruského jazyka.**
- **Korektura a úprava délky textů na základě grafického návrhu.** Z důvodu odlišné délky slov v azbuce je nutno upravit umístění a délku textu podle grafického návrhu. Některé věty budou vypuštěny nebo jinak formulovány.
- **Zaslání přeložených textů brožury v ruštině grafikovi.** Po telefonické dohodě s grafikem se zašle překlad českých textů do ruského jazyka ve formátu Word.
- **Zaslání požadavku na úpravu a odstranění nedostatků návrhu brožury.** Komunikace bude zprostředkována pomocí e-mailu a všechny připomínky sepsány, odeslány a telefonicky bude ověřena srozumitelnost požadavků. Ruské texty musí být umístěny přesně podle požadavků na určitá místa.
- **Korektura navrženého a opraveného návrhu.** V rámci porady musí proběhnout poslední týmová kontrola navrženého a zpracovaného konceptu brožury.

- **Domluva 2. osobní schůzky.** Druhá osobní schůzka je důležitým mezičlánkem komunikace pro dovršení procesu návrhu před zadáním brožury do tisku.
- **Návštěva grafické kanceláře a poslední úpravy návrhu na místě.** Poslední drobné úpravy, centrování nápisu, přesouvání nebo výměna obrázků, případná výměna grafických prvků a drobné úpravy velikostí a umístění obrázků v textu.
- **Kontrola kompletního návrhu brožury v ruském jazyce.** Bude provedena kompletní týmová kontrola překladů, překlepů, popisků, umístění obrázků, znění kontaktních údajů společnosti pro finální verzi brožury.
- **Výběrové řízení tiskárny a vyhodnocení výsledků.** Podle vnitřních směrnic společnosti budou osloveny tři i více společností pro tisk reklamního materiálu. Kritériem pro hodnocení nabídek bude opět cena a rychlost provedené práce.
- **Plánovaný termín dokončení a finalizace procesu tvorby.** Pomocí dodaného vzorníku z tiskárny se vybere materiál pro obal brožury a jednotlivé stránky. Předběžným návrhem je matný obal brožury s parciálním lakem a matné vnitřní stránky.
- **Zadání brožury do tisku.** Návrh brožury zadán vybrané tiskárně.
- **Převzetí vytištěných brožur v sídle firmy UVB TECHNIK s. r. o.**
- **Týmová porada obchodního oddělení a zhodnocení provedené práce**
- **Předání faktur na účetní oddělení.** Faktury za překlad, grafický návrh a tisk pro použití v rámci způsobilých výdajů v projektu Marketing musí být naskenovány a archivovány za účelem prokázání způsobilosti výdajů v rámci projektu po dobu pěti let.

Do projektu tvorby propagačních materiálů je zapojeno celé obchodní oddělení společnosti. Vytvořený návrh portfolio společnosti se bude překládat i do dalších jazykových verzí, a proto je nutná účast všech zainteresovaných osob. Finanční rozpočet projektu návrhu a tvorby propagačních materiálů je uveden v tabulce č. 4.6. Celkový čas na přípravu a tvorbu nových propagačních materiálů činí 11 měsíců. Doporučení pro zkrácení průběžné doby přípravy a realizace zazní v kapitole č. 4.6.

Kromě brožur a flashdisků se bude prezentací inzerovat do veletržních katalogů pro zvýšení možnosti dostat se do povědomí návštěvníků, a tím je přilákat ke zhlédnutí vystavených exponátů. Stávající a potenciální zákazníci budou informováni prostřednictvím internetových stránek a rovněž prostřednictvím e-mailových pozvánek, které se jim budou v dostatečném předstihu zasílat.

Tabulka 4.6 Celkové odhadované náklady na tvorbu a tisk propagačních materiálů

Název	Částka, Kč
Grafický návrh a zpracování konceptu brožury	7 500
Překlad technických textů z CJ do RJ	3 500
Tisk brožur včetně poštovního a balného, 500 ks	23 750
Náklady celkem	34 750

Zdroj: Vlastní zpracování podle interních dokladů UVB TECHNIK s. r. o.

Z výše uvedených propočtů vyplývá, že jednoznačně nejvíce času zabírá zpracování podkladů a proces tvorby propagačních materiálů. Skutečné náklady pouze na grafický návrh, překlad z českého do ruského jazyka a tisk 500 kusů brožur, nepočítaje mzdy pracovníků, budou činit 34 750 Kč.

4.6 Doporučení a zhodnocení

Podnikatel, který plánuje expanzi na zahraniční trh, musí počítat s většími náklady na propagační materiály, poštovné a telefonickou komunikaci. Ruská federace je velká a logistické problémy s ní spojené taktéž, a proto společnost UVB TECHNIK s. r. o. jako spoustu dalších českých exportérů volí telefonickou komunikaci, která by se ovšem neměla stávat pravidlem. Rusové preferují osobní setkání, a proto by se měly spíš telefonní kontakty omezit.

Na obchodním jednání nebo předvedením prezentací je vhodné mít s sebou menší dárky a reklamní předměty jako pozornost podniku. Zavázat si ruského zákazníka a získat jeho důvěru je velice dobrý krok na cestě k dlouhodobé přátelské spolupráci. Autorka bakalářské práce doporučuje nešetřit náklady na drobné dárky, které pomohou k navázání obchodních vztahů. Rusové jsou hrdý národ, ale pozorností nepohrdnou, s čímž se taktéž ztotožňuje i agentura CzechTrade.

Dalším důležitým doporučením, jak se více dozvědět o ruském trhu, obchodním prostředí a obchodních zvyklostech, je možné získat absolvováním odborných seminářů pořádaných různými organizacemi, například MPO ČR, agenturou CzechTrade, Českým centrem v Moskvě, Hospodářskou komorou ČR, které nabízejí aktuální informace z ruských regionů.

Důležitým krokem by každopádně mělo být administrativní zjednodušení pro žadatele a příjemce dotací z ESI fondů. Celkový proces vypracování projektu pro podání žádosti se může pro mnoho žadatelů zdát příliš složitý a zdlouhavý. Jednotlivé operační programy

se liší celkovým projevem výzev, každý program má vlastní strukturu, vzhled a podmínky pro získání samotné dotace. Příručky vydané v rámci každé výzvy obsahují nesrozumitelné pokyny či doporučení kvůli odborné i cizí terminologii. Každý rok dochází k aktualizaci vydaných pokynů a příruček, a tím se ztrácí přehled o platnosti určitých pravidel a nařízení. Autorka bakalářské práce doporučuje rozšířit účetní nebo obchodní oddělení ve společnosti UVB TECHNIK s. r. o. o jedno pracovní místo navíc, a to pro specialistu, který se bude zabývat dotačním projektem a celkovou administrativou spojenou s podáním žádosti o finanční dotace z ESI fondů. Proces vypracování dotačního projektu je velice náročná činnost. Současné internetové stránky CzechInvestu poskytují nepřehledné množství informací, doporučení a pokynů ohledně vypracování kvalitní žádosti o dotaci, jenže čas, který stráví jeden neproškolený pracovník, je mnohdy enormní. Vedle hlavní činnosti, kterou denně vykonává, se musí věnovat prostudováním mnohých příruček a pokynů ke správnému vypracování žádosti a zpracování administrativy s tím spojené. I když v současné době existuje nepřeberné množství firem, které se zabývají zpracováním žádostí o dotace z fondů EU, jsou jejich požadavky na finanční odměnu značně vysoké, představují zhruba 10 % ze získané částky dotace.

Z uvedených propočtů v kapitole č. 4.5 vyplývá, že jednoznačně nejvíce času exportního manažera zbytečně zabírá proces tvorby a výroby propagačních materiálů. Důležitým krokem je začlenění marketingového oddělení do podnikového systému. Existující obchodní oddělení bez samostatného marketingu vede ke zpomalení samotné obchodní činnosti, kdy manažeři musí řešit koncepty propagačních materiálů, reklamních předmětů, pozvánek na veletrhy a konference. Vedení společnosti by mělo akceptovat, že manažer není marketingově zaměřen a jeho činností je pomoci prostřednictvím vytvořených materiálů prezentovat a prodávat výrobky, poskytovat zpětnou vazbu marketingovému oddělení a navrhnout úpravy s ohledem na přímé reakce zákazníků. Ve společnosti UVB TECHNIK s. r. o. toto marketingové oddělení chybí.

5 Závěr

Bakalářská práce byla rozdělena do dvou hlavních částí – část teoretickou a část praktickou. Teoretická část byla zaměřena na podrobný popis pojmů - dotace, možnosti čerpání dotací, výčet institucí poskytujících hmotnou a nehmotnou podporu malým a středním podnikům v ČR. Možnost čerpat finanční prostředky z ESI fondů se otevřela České republice v roce 2004 vstupem do Evropské unie. V teoretické části bylo popsáno současné programové období 2014–2020, včetně vyjmenování prioritních os. Důležitým prvkem bylo charakterizovat Operační program Podnikání a inovace pro konkurenceschopnost malých a středních podniků a popsat administrativní proces podání žádosti o dotaci prostřednictvím portálu MS2014+. Tento program navazuje na operační program OPPI z programového období 2007–2013 a je vytvořen na podporu konkurenceschopností malých podniků, které finanční podporu opravdu potřebují. Pro analýzu úspěšného vstupu na zahraniční trh byla použita metoda 4C, která nabídla pohled na cílové zákazníky, ruský metalurgický trh, národní specifika a náklady spojené se vstupem a prezentací výrobní řady produktů pro válcovny.

V praktické části byl popsán profil společnosti UVB TECHNIK s. r. o., zaměstnancem, kterým je autorka bakalářské práce. Pozice exportní manažerky se zaměřením na ruský trh je spojená s tvorbou propagačních materiálů a různorodou administrativní činností spojenou s účastí na zahraničních veletrzích. Úspěch podniku zcela závisí na kvalitě výrobků, ale zároveň je důležité zvládat a překonávat celní a byrokratické překážky kladené ruskými úřady, které byly popsány v kapitole č. 3.7.

Po vyhlášení výzvy v operačním programu OPPIK se autorka zúčastnila procesu zpracování a podání žádostí o dotaci a předložila detailní popis celého procesu, včetně vlastního názoru a doporučení. Marketingové nástroje používané společností UVB TECHNIK s. r. o. samy o sobě nezaručují úspěch na ruském trhu, pouze zvyšují pravděpodobnost jeho dosažení. V současné době kvalitní propagační materiály mohou hodně zatížit finanční rozpočet malého podniku, a proto v rámci čerpání dotace v programu Marketing tým manažerů, včetně autorky bakalářské práce, vytvoří nové propagační brožury. Získaná finanční podpora z ESI fondů musí posloužit jako finanční injekce pro využití příležitostí a objevování nových zahraničních trhů pro české malé a střední podniky.

Na samotný závěr lze dodat, že proces získání prostředků z evropských fondů je skutečně časově a administrativně velmi náročný, přesto nesmí odradit potenciální žadatele. Z těchto důvodů by se měla upravit a hlavně zjednodušit administrativní část pro žadatele a příjemce dotací.

Pro zpracování této bakalářské práce byly použity interní materiály společnosti UVB TECHNIK s. r. o. a praktické zkušenosti autorky. Základem pro výpočet celkové ekonomické náročnosti tvorby propagačních materiálů a administrativních nákladů pro účast na zahraničním veletrhu v Moskvě posloužila poptávka a nabídka externích poskytovatelů těchto služeb.

Seznam použité literatury

BOHÁČKOVÁ, Ivana a Magdalena HRABÁNKOVÁ. *Strukturální politika Evropské unie*. Praha: C.H. Beck, 2009. ISBN 978-80-7400-111-6.

FORET, Miroslav. *Marketing pro začátečníky*. Brno: Edika, 2012. ISBN 978-80-266-0006-0.

HAVLÍČEK, Karel a Pavla BŘEČKOVÁ. *Řízení exportních rizik malé a střední firmy*. Praha: Eupress, 2015. ISBN 978-80-7408-113-2.

JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. *Strategický marketing: strategie a trendy*. Praha: Grada, 2013. ISBN 978-80-247-4670-8.

KOTLER, Philip. *Marketing podle Kotlera: jak vytvářet a ovládnout nové trhy*. Praha: Management Press, 2000. ISBN 80-7261-010-4.

KRS, Jan a Jiří PYTLÍČEK. *Export do Ruské Federace* [online]. [19. 12. 2016]. Dostupné z: <http://www.mzv.cz/file/940066/Rusko.pdf>

MÁCHAL, P., KOPEČKOVÁ M. a PRESOVÁ R. *Světové standardy projektového řízení: pro malé a střední firmy : IPMA, PMI, PRINCE2*. Praha: Grada, 2015. ISBN 978-80-247-5321-8.

MAREK, Dan a Tomáš KANTOR. *Příprava a řízení projektů strukturálních fondů Evropské unie*. Brno: Společnost pro odbornou literaturu - Barrister&Principal, 2009. ISBN 978-80-87029-56-5.

ŘEHÁČEK, Petr. *Projektové řízení podle PMI*. Praha: Ekopress, 2013. ISBN 978-80-86929-90-3.

SOUČEK, Zdeněk. *Strategie úspěšného podniku: symbióza kreativity a disciplíny*. Praha: C.H. Beck, 2015. ISBN 978-80-7400-572-5.

STEJSKAL, Jan a Jaroslav KOVÁRNÍK. *Regionální politika a její nástroje*. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-588-2.

TAUER, Vladimír, Helena ZEMÁNKOVÁ a Jana ŠUBRTOVÁ. *Získejte dotace z fondů EU: tvorba žádosti a realizace projektu krok za krokem: metodika, pravidla, návody*. Brno: ComputerPress, 2009. ISBN 978-80-251-2649-3.

VEBER, Jaromír a Jitka SRPOVÁ. *Podnikání malé a střední firmy*. 3., aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Grada Publishing, 2012. ISBN 978-80-247-4520-6.

Evropské strukturální a investiční fondy 2014-2020 v kostce. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR - Národní orgán pro koordinaci, 2015. ISBN 978-80-7538-008-1.

Evropské fondy 2014-2020: jednoduše pro lidi. 2. aktualizované vydání. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR - Národní orgán pro koordinaci, 2015. ISBN 978-80-87147-84-9.

Elektronické zdroje

AGENTURA PRO PODNIKÁNÍ A INOVACE. *API: Marketing-výzva II* [online]. API [14.01.2017]. Dostupné z: <http://www.agentura-api.org/programy-podpory/marketing/marketing-vyzva-ii/>

AGENTURA PRO PODNIKÁNÍ A INOVACE. *API: Marketing-výzva II* [online]. API [14.01.2017]. Dostupné z: <http://www.agentura-api.org/programy-podpory/marketing/marketing-vyzva-ii/>

AGENTURA PRO PODNIKÁNÍ A INOVACE. *API: Obecné informace o OP PIK* [online]. API [14.01.2017]. Dostupné z: <http://www.agentura-api.org/op-pik-obecne/>

AGENTURA PRO PODNIKÁNÍ A INOVACE. *API: Obecné informace o OP PIK* [online]. API [14.01.2017]. Dostupné z: <http://www.agentura-api.org/op-pik-obecne/>

CZECHINVEST. *Informace pro žadatele OP PIK* [online]. CZECHINVEST [04.01.2017]. Dostupné z: <http://www.czechinvest.org/is-kp14>

CZECHINVEST. *Informace pro žadatele OP PIK* [online]. CZECHINVEST [04.01.2017]. Dostupné z: <http://www.czechinvest.org/is-kp14>

CZECHINVEST. *Operační program Podnikání a inovace pro konkurenceschopnost* [online]. CZECHINVEST [15.04.2017] Dostupné z: <http://www.czechinvest.org/data/files/op-pik-2016-tisk-4691-cz.pdf>

CZECHINVEST: *Operační program Podnikání a inovace pro konkurenceschopnost* [online]. CZECHINVEST [14.01.2017]. Dostupné z: <http://www.czechinvest.org/oppik-cz>

CZECHINVEST: *Pravidla pro žadatele a příjemce dotace z operačního programu Podnikání a inovace pro konkurenceschopnost* [online]. CZECHINVEST [14.01.2017]. Dostupné z: <http://www.czechinvest.org/data/files/pravidla-pro-zadatele-a-prijemce-z-op-pik-obecna-cast-4754.pdf>

CZECHINVEST: *Pravidla pro žadatele a příjemce dotace z operačního programu Podnikání a inovace pro konkurenceschopnost* [online]. [14.01.2017]. Dostupné z: <http://www.czechinvest.org/data/files/ppzp-obecna-cast-23-8-2016-finalni-podoba-5731.pdf>

CZECHTRADE: *Perspektivy českého exportu do Ruska* [online]. CZECHTRADE [15.04.2017]. Dostupné z: <https://www.czechtrade.cz/getattachment/kalendar-akci/archiv-akci/2016/10/perspektivy-ceskeho-exportu-do-ruska/MPO-Pytlicek.pdf.jpg;%20.jpeg;%20.png;%20.gif>

CZECHTRADE: *Prezentace ZK Moskva* [online]. CZECHTRADE [13.04.2017]. Dostupné z: <https://www.czechtrade.cz/getattachment/kalendar-akci/archiv-akci/2016/10/perspektivy-ceskeho-exportu-do-ruska/CzechTrade-Masata.pdf.jpg;%20.jpeg;%20.png;%20.gif>

CZECHTRADE: *Prezentace ZK Moskva* [online]. CZECHTRADE [13.04. 2017]. Dostupné z: <https://www.czechtrade.cz/getattachment/kalendar-akci/archiv-akci/2016/10/perspektivy-ceskeho-exportu-do-ruska/CzechTrade-Masata.pdf.jpg;%20.jpg;%20.png;%20.gif>

CZECHTRADE: *Ruský průmysl zaznamenal v roce 2016 značný růst* [online]. CZECHTRADE [13.04.2017]. Dostupné z: <https://www.czechtrade.cz/sluzby/informacni-servis/novinky/rusky-prumysl-zaznamenal-v-roce-2016-znacny-rust>

FEDERAL STATE STATISTICS SERVICE: *Main indicators* [online]. FEDERAL STATE STATISTICS SERVICE [11.03.2017]. Dostupné z: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/accounts/

FEDERAL STATE STATISTICS SERVICE: *Main indicators* [online]. FEDERAL STATE STATISTICS SERVICE [11.03.2017]. Dostupné z: http://www.gks.ru/free_doc/2017/b17_01/main.htm

FEDERAL STATE STATISTICS SERVICE: *Statistical review for the I half, 2016* [online]. FEDERAL STATE STATISTICS SERVICE [11.03.2017]. Dostupné z: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc_1140076462969

FEDERAL STATE STATISTICS SERVICE: *Statistical review for the I half, 2016* [online]. FEDERAL STATE STATISTICS SERVICE [24.02.2017]. Dostupné z: http://www.gks.ru/bgd/regl/b16_06/Main.htm

HOSPODÁŘSKÉ NOVINY: *Ruské regiony: tahouní a loudalové ze dne 25. června 2013* [online]. HOSPODÁŘSKÉ NOVINY [13.03.2017]. Dostupné z: [http://exporter.ihned.cz/?p=0ACE00&archive\[source_date\]=2013-06-25](http://exporter.ihned.cz/?p=0ACE00&archive[source_date]=2013-06-25)

MINISTERSTVO FINANCÍ ČESKÉ REPUBLIKY. *MF ČR* [online]. MF ČR [13.01.2017]. Dostupné z: <http://www.dotaceonline.cz/Page.aspx?SP=1180>

MINISTERSTVO FINANCÍ ČR. *MF ČR: ČR vyčerpala za období 2007-2013 celkem 25,8 miliard eur* [online]. MF ČR [16.04.2017]. Dostupné z: <http://www.mfcr.cz/cs/aktualne/tiskove-zpravy/2017/cr-vycerpala-za-obdobi-2007-2013-celkem-28195>

MINISTERSTVO PRO MÍSTNÍ ROZVOJ ČR. *MMR ČR: Programy pro programové období 2014-2020* [online]. MMR [13.01.2017]. Dostupné z: <http://www.dotaceu.cz/cs/Fondy-EU/2014-2020/Operacni-programy>

MINISTERSTVO PRO MÍSTNÍ ROZVOJ ČR. *MMR: Evropské strukturální a investiční fondy* [online]. MMR [13.01.2017]. Dostupné z: <http://www.strukturalni-fondy.cz/cs/Informace-a-dokumenty/slovník-pojmu/F?page=2>

RUSKÉ VÍZOVÉ CENTRUM V ČESKÉ REPUBLICE. *VHS: Vízum* [online]. VHS [28.03.2017]. Dostupné z: <http://www.vhs-czech.com/page/217?domain=14&language=18>

RUSKO-INFO: *Administrativní členění Ruské federace* [online]. RUSKO-INFO [17.04.2017]. Dostupné z: <http://www.rusko-info.cz/clanek/administrativni-cleneni-ruske-federace>

STRUKTURÁLNÍ FONDY: *Monitorovací systém strukturálních fondů a fondu soudržnosti (MSC2007)* [online]. STRUKTURÁLNÍ FONDY [04.01.2017]. Dostupné z: <https://www.strukturalni-fondy.cz/cs/Informace-a-dokumenty/slovník-pojmu/M/Monitorovací-systém-strukturalních-fondů-a-Fondu-s>

STRUKTURÁLNÍ FONDY: *Monitorovací systém strukturálních fondů a fondu soudržnosti (MSC2007)* [online]. STRUKTURÁLNÍ FONDY [04.01.2017]. Dostupné z: <https://www.strukturalni-fondy.cz/cs/Informace-a-dokumenty/slovník-pojmu/M/Monitorovací-systém-strukturalních-fondů-a-Fondu-s>

ZEMĚPIS24: *Rusko (stát)* [online]. ZEMĚPIS24 [12.02.2017]. Dostupné z: <https://www.zemepis24.cz/staty/rusko>

Právní normy

218/2000 Sb. ZÁKON ze dne 27. června 2000 o rozpočtových pravidlech a o změně některých souvisejících zákonů

NAŘÍZENÍ EVROPSKÉHO PARLAMENTU A RADY (EU) č. 1301/2013 ze dne 17. prosince 2013 o Evropském fondu pro regionální rozvoj, o zvláštních ustanoveních týkajících se cíle Investice pro růst a zaměstnanost a o zrušení nařízení (ES) č. 1080/2006. Dostupné z: <http://www.mmr.cz/getmedia/56227081-fdc0-4efe-9d11-a0583c9570b8/1301-Narizeni-o-ERDF.pdf>

Zákon č. 563 ze dne 01. ledna 1991 o účetnictví. *Sbírka zákonů České republiky*. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/1991-563>

504/2002 Sb. VYHLÁŠKA ze dne 6. listopadu 2002, kterou se provádějí některá ustanovení zákona č. 563/1991 Sb., o účetnictví, ve znění pozdějších předpisů, pro účetní jednotky, u kterých hlavním předmětem činnosti není podnikání, pokud účtují v soustavě podvojného účetnictví

Zákon č. 47/2002 Sb. ze dne 11. ledna 2002 o podpoře malého a středního podnikání a o změně zákona č. 2/1969 Sb., o zřízení ministerstev a jiných ústředních orgánů státní správy České republiky, ve znění pozdějších předpisů. Dostupné z: <https://portal.gov.cz/app/zakony/zakonPar.jsp?idBiblio=53001&nr=47~2F2002&rpp=15#local-content>

Seznam zkratk

CIS	Společenství nezávislých států
ČR	Česká republika
DPH	Daň z přidané hodnoty
EAGGF	Evropský záruční a orientační fond
EFRR	Evropský fond pro regionální rozvoj
ENFR	Evropský námořní a rybářský fond
ERDF	Evropský fond regionálního rozvoje
ESF	Evropský sociální fond
ESI	Evropské strukturální a investiční fondy
EU	Evropská unie
EZFR	Evropský fond pro rozvoj venkova
FS	Fond soudržnosti
HDP	Hrubý domácí produkt
ITI	Integrované uzemní investice
MD	Ministerstvo dopravy
MF	Ministerstvo financí
MHMP	Magistrát hlavního města Praha
MMR	Ministerstvo pro místní rozvoj
MPO	Ministerstvo obchodu a průmyslu
MPSV	Ministerstvo práce a sociálních věcí
MŠMT	Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy
MZe	Ministerstvo zemědělství
MŽP	Ministerstvo životního prostředí
OKD	Ostravsko-karvinské doly
OPPI	Operační program Podnikání a inovace
OPPIK	Operační program Podnikání a inovace pro konkurenceschopnost
RF	Ruská federace
STI	Souhrn teritoriální informace
USA	Spojené státy americké

Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce

Prohlašuji, že

- jsem byla seznámena s tím, že na mou bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. – autorský zákon, zejména § 35 – užití díla v rámci občanských a náboženských obřadů, v rámci školních představení a užití díla školního a § 60 – školní dílo;
- beru na vědomí, že Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava (dále jen VŠB-TUO) má právo nevýdělečně, ke své vnitřní potřebě, bakalářskou práci užít (§ 35 odst. 3);
- souhlasím s tím, že bakalářská práce bude v elektronické podobě archivována v Ústřední knihovně VŠB-TUO a jeden výtisk bude uložen u vedoucího bakalářské práce. Souhlasím s tím, že bibliografické údaje o bakalářské práci budou zveřejněny v informačním systému VŠB-TUO;
- bylo sjednáno, že s VŠB-TUO, v případě zájmu z její strany, uzavřu licenční smlouvu s oprávněním užít dílo v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- bylo sjednáno, že užít své dílo, diplomovou (bakalářskou) práci, nebo poskytnout licenci k jejímu využití mohu jen se souhlasem VŠB-TUO, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly VŠB-TUO na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše).

V Ostravě dne 24. dubna 2017



.....
jméno a příjmení studenta

Seznam příloh

1. Analýza ruského trhu dle nerostných surovin
2. Detailní popis cílových zákazníků
3. Přílohy k I výzvě programu Marketing.

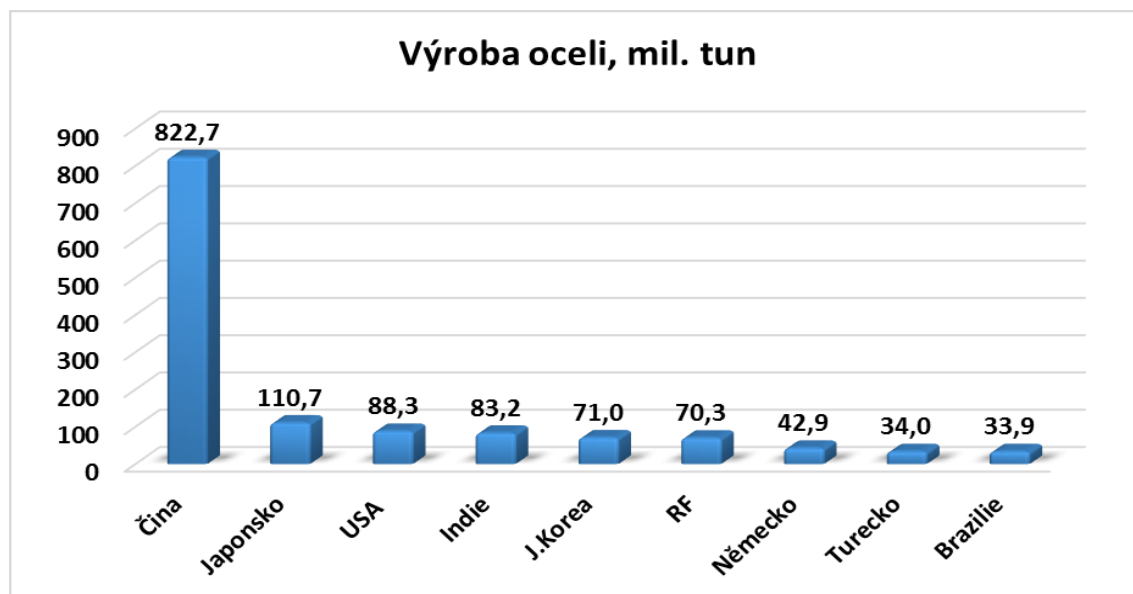
Přílohy

Příloha č. 1 Analýza ruského trhu dle nerostných surovin

Výrobci oceli ve světovém měřítku

Výroba oceli je důležitým ukazatelem ocelářského průmyslu v Ruské Federaci. Celkem v roce 2014 ve světě bylo vyrobeno 1,18 mld. tun oceli. Přední místo zaujímala Asie s výsledkem 911 milionů tun. Země EU vyprodukovaly 95,1 milionů tun, Severní Amerika 41,1 milionů tun a Jižní Amerika 30,6 milionů tun. Výroba oceli v zemích CIP činila 79.55 milionů tun a přední pozice s velkým náskokem, zaujímají Čína, Japonsko a Indie. Následující analýza zahrnuje údaje včetně roku 2015 z důvodu objektivního fungování ruského metalurgického trhu před zásahem sankcí ze strany EU a USA koncem roku 2014.

Graf 1.1 Přehled výrobců oceli ve světě



Zdroj: Vlastní zpracování dle Statistical review for the I half.⁵³

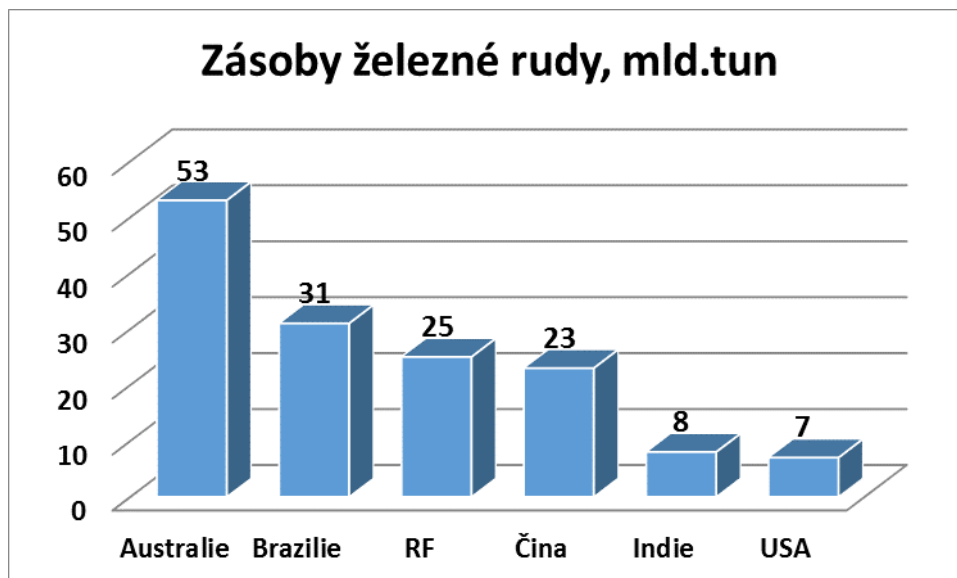
Analýza metalurgického potenciálu RF

K rozvoji hutnictví v Rusku nemalou měrou přispěla přítomnost velkých nalezišť železné rudy. V množství zásob železné rudy zaujímá Rusko třetí místo ve světě za Austrálií

⁵³ FEDERAL STATE STATISTICS SERVICE: *Statistical review for the I half, 2016* [online]. FEDERAL STATE STATISTICS SERVICE [24.02.2017]. Dostupné z: http://www.gks.ru/bgd/regl/b16_06/Main.htm

a Brazílií. Zjištěné zásoby železné rudy v Rusku jsou odhadovány na 25 mld. tun, což představuje v přepočtu na čisté železo 14 mld. tun.

Graf 1.2 Světové zásoby železné rudy



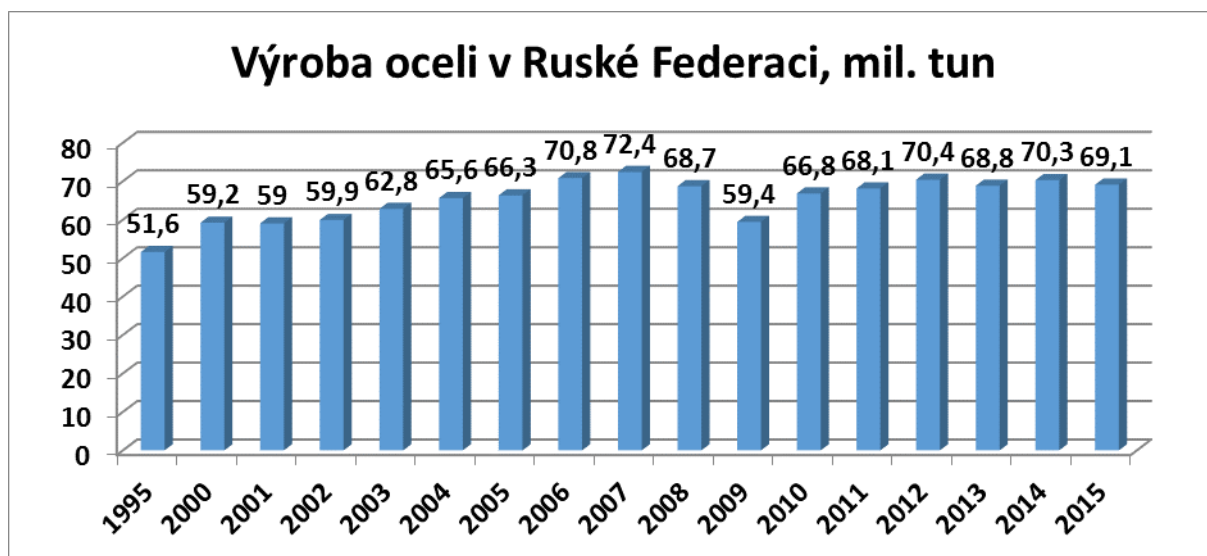
Zdroj: Vlastní zpracování dle Statistical review for the I half.⁵⁴

Roční těžba železo-rudného kondenzátu v Ruské federaci činí v průběhu posledních 5 roků přibližně 100 mil. tun. V tomto ukazateli RF zaujímá 5. místo ve světě, přičemž prvenství je za Čínou, která ho produkuje 15 krát více. Asi čtvrtina v Rusku těžené železné rudy jde na vývoz. V r. 2014 bylo vyvezeno 23 mil. tun, zatím co v letech 2013 a 2012 to bylo 25,7 a 25,5 mil. tun.

V Rusku také podle výsledků za rok 2014 vzrostla výroba hotového válcovaného ocelového listového materiálu se zušlechťeným povrchem. Za rok bylo vyrobeno 61,2 mil. tun válcovaného ocelového plechu a 5,8 mil. tun válcovaného plechu se zušlechťeným povrchem. Toto odpovídá oproti roku 2013 nárůstu výroby jednotlivých druhů produkce o 3,3 % a 6,9 %. Základ ruské metalurgie železa tvoří šest velkých vertikálně i horizontálně integrovaných holdingů, které se podílejí více než 93 % na celkové produkci tohoto průmyslového odvětví. Růst výroby oceli v RF v roce 2014 byl ve výši 2,2 %, což je o 1 % více než globální růst, ato je sedmé tempo růstu ze všech zemí světa.

⁵⁴ FEDERAL STATE STATISTICS SERVICE: *Statistical review for the I half, 2016* [online]. FEDERAL STATE STATISTICS SERVICE [11.03.2017]. Dostupné z: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc_1140076462969

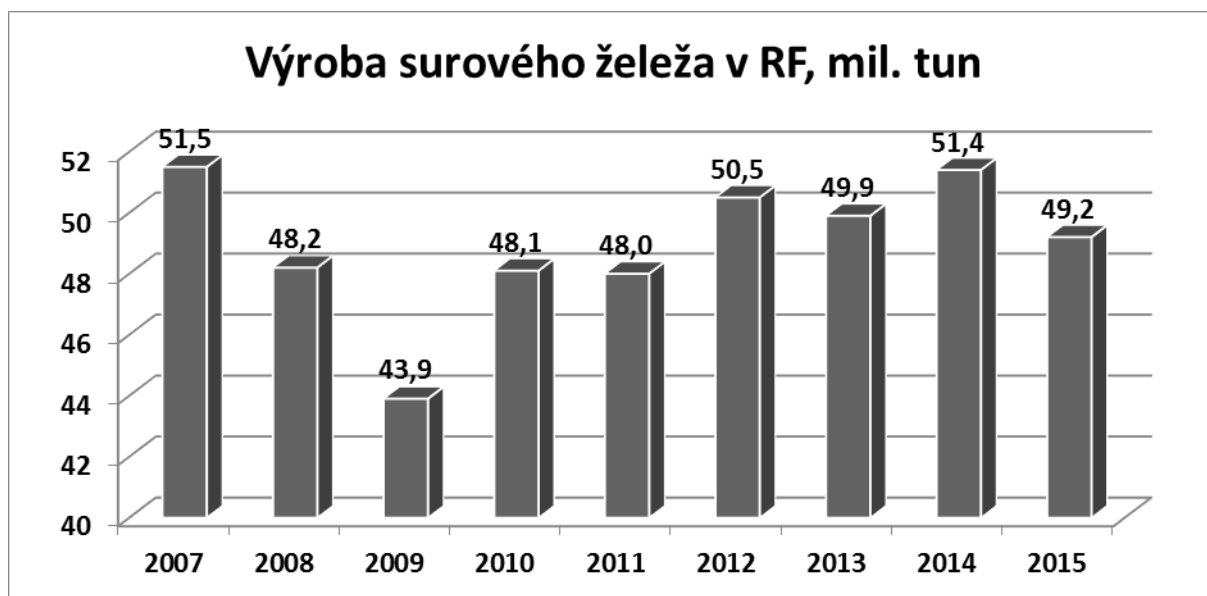
Graf 1.3 Výroba oceli v RF v letech 1995-2015



Zdroj: Vlastní zpracování dle Federal State Statistics Service.⁵⁵

Z grafu č. 1.3 je patrné, že mírný růst hutní výroby Ruské federace v podmínkách krize a anti-ruských sankcí se v roce 2016 nebude opakovat a nepřekročí rekordní výroba oceli v zemi, která byla zaznamenána v roce 2007 a byla ve výši 72,4 milionů tun.

Graf 1.4 Výroba surového železa v RF v letech 2007-2015



Zdroj: Vlastní zpracování dle Federal State Statistics Service.⁵⁶

⁵⁵ FEDERAL STATE STATISTICS SERVICE: *Statistical review for the 1 half, 2016* [online]. FEDERAL STATE STATISTICS SERVICE [11.03.2017]. Dostupné z: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc_1140076462969

Z grafu č. 1.4 je rovněž patrné, že meziroční propad v roce 2015 nenasvědčuje zlepšení situace v metalurgickém odvětví v období sankcí ze strany EU a USA.

Výrobci neželezných kovů ve světovém měřítku

Hutnictví neželezných kovů je odvětví metalurgického průmyslu, zahrnující těžbu a obohacování rud barevných kovů a rovněž tavbu barevných kovů a jejich slitin. Celkem v přírodě existuje více než 90 různých kovů a jen 6 z nich dosáhlo v průmyslu široké uplatnění. Jsou to hliník, nikl, měď, zinek, olovo a cín

Aluminium

Hliník je ve světě jedním z nejvíce žádaných kovů a jeho spotřeba s každým rokem roste. Tento kov se používá v mnohých průmyslových odvětvích a v národním hospodářství celkově.

Tabulka 1.1 Rozložení spotřeby hliníku podle oborů

№	Název oboru	Spotřeba, %
1.	Stavebnictví	32
2.	Spotřební zboží	25
3.	Elektrotechnika	23
4.	Strojírenství	11
5.	Ostatní	9

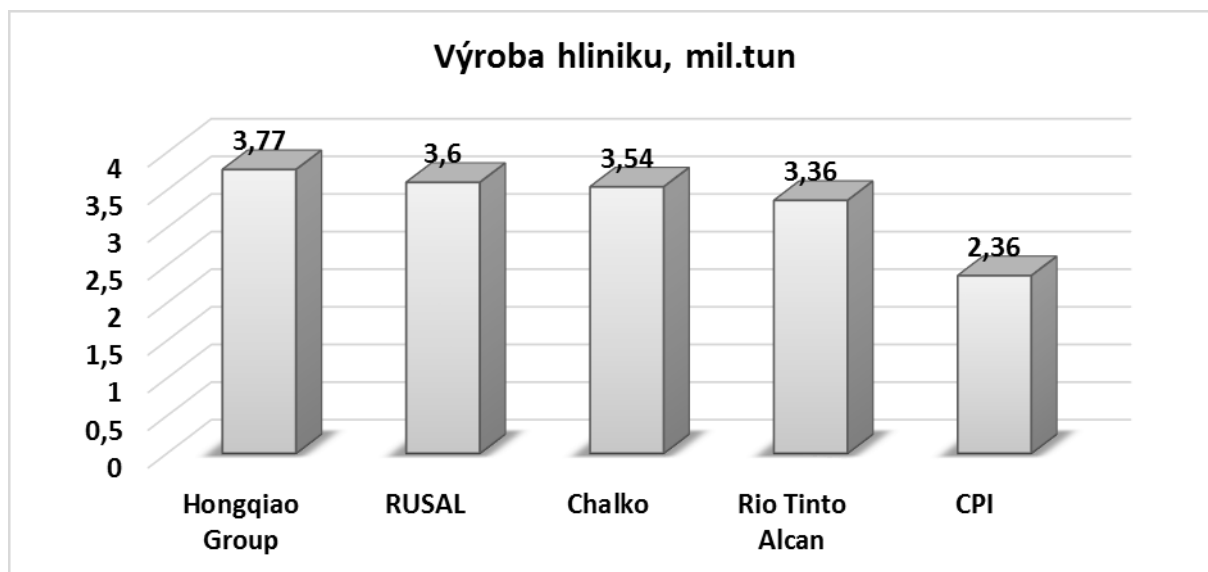
Zdroj: Vlastní zpracování dle Main indicators.⁵⁷

Rusko zaujímá druhé místo ve světě co do objemu výroby hliníku. První místo zaujímá Čína, která vyrábí 45 % jeho celkové světové produkce. V roce 2014 bylo v RF vyrobeno 3,6 milionu tun hliníku, což činí 6,8% světové produkce. Při tom je ale RF dominantním světovým exportérem hliníku, neboť v roce 2014 exportovalo 82,7 % vyrobeného hliníku, což činilo kolem 16 % celkového světového exportu. Značný pokles byl zaznamenán posledních letech z důvodu zavedení sankcí ze strany EU a USA.

⁵⁶ FEDERAL STATE STATISTICS SERVICE: *Main indicators* [online]. FEDERAL STATE STATISTICS SERVICE [11.03.2017]. Dostupné z: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/accounts/

⁵⁷ FEDERAL STATE STATISTICS SERVICE: *Main indicators* [online]. FEDERAL STATE STATISTICS SERVICE [11.03.2017]. Dostupné z: http://www.gks.ru/free_doc/2017/b17_01/main.htm

Graf 1.5 Výroba hliníku ve světovém měřítku



Zdroj: Vlastní zpracování dle Federal State Statistics Service.⁵⁸

Průmysl, zabývající se ve světě výrobou a zpracováním hliníku se vyznačuje vysokou koncentrací – 6 největších společností zajišťuje 45% jeho světové těžby. Celosvětovým lídrem je čínská společnost Hongqiao Group, která v roce 2014 dokázala předhlonit Ruský aluminij (dále RUSAL). Tato ruská společnost zajišťuje 100 % výrobu hliníku první tavby v RF. RUSAL se stal poté, co pohltil Sibiřsko-uralskou hliníkovou společností, fakticky monopolním výrobcem ve výrobě hliníku první tavby. Struktura RUSALu sestává ze 12 závodů na výrobu a zpracování hliníku v RF, počítaje mezi ně i Bratský hliníkový závod, na který připadá 30 % veškerého hliníku, který se v Rusku vyrobí. Kromě výroby hliníku společnost též vyrábí oxid hlinitý a zabývá se i těžbou bauxitu.

Společnost **RUSAL** má svá aktiva v Rusku, v Evropě, v Africe i v Austrálii. Celkový obrat společnosti v roce 2015 činil 9,35 mld. USD. Společnost zaměstnává více než 60 000 pracovníků.

V roce 2014 v souvislosti se zákazem Indonésie exportovat niklové rudy vzrostla cena niklu. Průměrná roční cena činila 16 867 USD za tunu, což bylo o 12 % více než v roce 2013. Maximální cena v roce 2014 dosáhla 21 000 USD za tunu. Veškeré tyto cenové výkyvy dovolily společnostem produkujícím nikl ukončit rok s dobrými finančními ukazateli. Podle

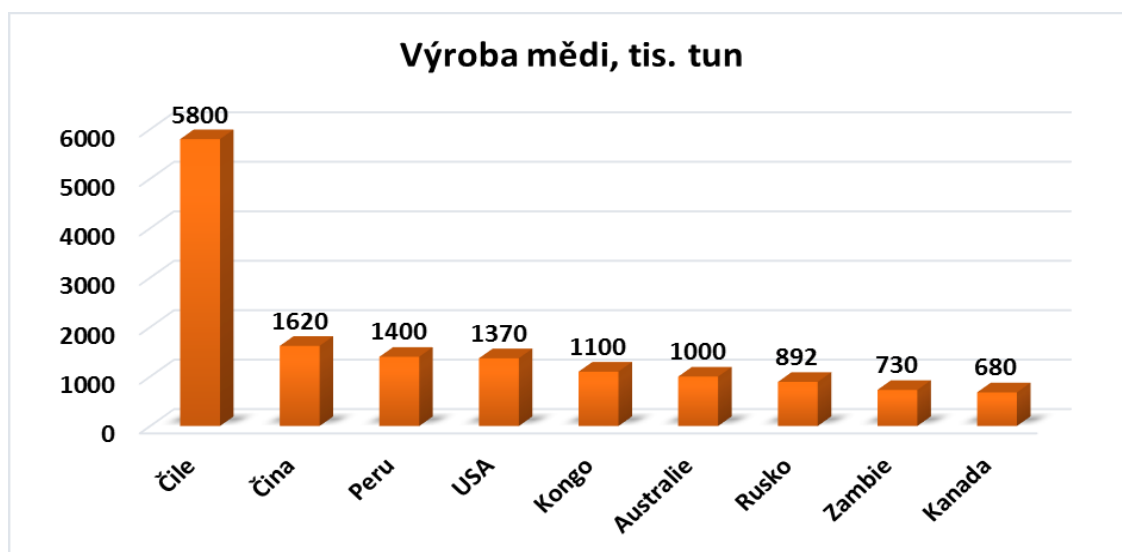
⁵⁸ FEDERAL STATE STATISTICS SERVICE: *Main indicators* [online]. FEDERAL STATE STATISTICS SERVICE [11.03.2017]. Dostupné z: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/accounts/

výsledků hospodaření za rok 2014 bylo vyrobeno 285 000 tun niklu. Z toho připadlo na export 238 500 tun, což stačilo na pokrytí 12 % jeho celosvětové potřeby.

Měď

Měď je kov, jenž je používán člověkem již od dávnověku. Nyní, v její celosvětové spotřebě 30 % připadá na oblast stavebnictví, 30 % se využívá k výrobě různých zařízení, v oblasti dopravy činí spotřeba 13 % a 27 % se využívá ve zbývajících hospodářských oblastech.

Graf 1.6 Výrobci mědi ve světě



Zdroj: Vlastní zpracování dle Federal State Statistics Service.⁵⁹

Na světový trh mědi Rusko dodává kolem 4,7 % její světové spotřeby. V roce 2015 ruské společnosti vyrobily celkem 892 000 tun mědi. Lídrem ve výrobě mědi ve světě je Chile. Tento stát vlastní největší zásoby mědi a její průměrná roční produkce činí kolem 30% z celkové světové potřeby. V roce 2015 bylo vyrobeno 18,9 mil. tun mědi a z tohoto množství bylo 5,8 mil. tun vytaveno v Chile. Na rozdíl od hliníku a niklu není výroba mědi v Rusku monopolizována, ale spočívá na třech velkých společnostech OAO Uralelektroměď, GMK Norilský nikl a Ruská měděná společnost.

⁵⁹ FEDERAL STATE STATISTICS SERVICE: *Main indicators* [online]. FEDERAL STATE STATISTICS SERVICE [11.03.2017]. Dostupné z: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/accounts/

Zinek, olovo, cín

Pro potřebu svého vnitřního trhu Rusko importuje zinek a cín. Podle hospodářských výsledků za rok 2014 byla potřeba ruského hospodářství v zinku 229 000 tun. Bylo vyrobeno 221 000 tun, 6,2 % šlo na export z nich 13 700 tun. Vzniklý deficit byl nahrazen importem. Největším výrobcem zinku v Rusku je OAO Čeljabinský zinkový závod, jenž je součástí skupiny UGMK a vyrábí kolem 60 % všeho ruského zinku.

Cín je jeden z mála kovů, který je Rusko nuceno importovat ve velkém množství. Podle výsledků hospodaření za rok 2014 celková potřeba cínu v ruské ekonomice činila 2 500 tun. Z tohoto množství bylo importováno 1 900 tun, tj. 76 %. Hlavními dodavateli tohoto kovu do Ruska jsou Holandsko a Malajsie.

Výroba olova spočívá v Rusku především ve zpracování druhotné suroviny. Jak hliník, tak i olovo lze bez obtíží druhotně zpracovávat a k dnešnímu dni se více než 55% všeho olova ve světě získává cestou druhotného zpracování. Je zajímavou skutečností, že Rusko, ač se svými zásobami olova, které se odhadují na 9,2 mil. tun, zaujímá třetí místo ve světě, veškerý vytěžený koncentrát exportuje. Největšími ruskými závody na výrobu olova z druhotných surovin jsou závody Elektrozink, jenž je součástí struktury UGMK a ZAO Rjazcvetmet. Oba závody mají výrobní kapacity, umožňující vyrobit kolem 30 000 tun olova ročně.

Příloha č. 2 Popis cílových zákazníků

EVRAZ je vertikálně integrovaná metalurgická a těžářská společnost, založená v roce 1992. Společnost má aktiva v Rusku, USA, Kanadě, Česku, Kazachstánu a v dalších státech. V roce 2014 celková tržba společnosti přesáhla 13 mld. USD. V Rusku EVRAZ vlastní dva velké metalurgické závody – Západosibiřský hutní kombinát (dále ZSMK) a Nižnětagilský hutní kombinát (dále NTMK). Podíl akcií společnosti EVRAZ v obou podnicích je 100 %.

ZSMK je co do velikosti pátý hutní kombinát Ruska, se sídlem v Novokuzněcku. Je to nejvýchodněji položený ruský metalurgický závod. Součástí závodu jsou koksárna, aglomerační jednotky, ocelárna, válcovna, hala vysoké pece. ZSMK produkuje přes 100 různě válcovaných profilů. Západosibiřský hutní kombinát je generálním dodavatelem kolejnicového sortimentu podniku OAO RŽD /ruské železnice/. Podle hospodářských výsledků roku 2014 kombinát vyprodukoval 5,9 mil. tun litiny a 7.5 mil. tun oceli. V kombinátě pracuje více než 22,5 tis. pracovníků.

NTMK je hutní kombinát založený v roce 1940. Základní produkce sestává z prvků stavební válcované oceli (nosníky profilu I, nosníky profilu U, úhelníky). Podle výsledků roku 2014 bylo v podniku vyrobeno 4,8 mil. tun litiny, 4,2 mil. tun oceli a víc než 2,8 mil. tun různého válcovaného materiálu.

PAO Severstal je jedním z klíčových výrobců oceli v Rusku. Hlavním podnikem je Čerepovecký hutní kombinát (dále ČerMK). Podle výsledků roku 2014 celková výroba oceli v PAO Severstal činila 11,3 mil. tun a litiny 9,1 mil. tun. Oproti roku 2013 tyto ukazatele adekvátně vzrostly o 6 % a 4 %. Celkový obrat společnosti včetně těžebního odvětví podle výsledků za rok 2014 činil kolem 8,3 mld. USD. Ve společnosti je zaměstnáno celkem asi 60 000 pracovníků.

OAO Novolipecký hutní kombinát je otevřená akciová společnost, již je členem třetí největší ruský hutní kombinát OAO NLMK, jenž vlastní aktiva nejenom v Rusku, ale také ve státech Evropy a rovněž v USA. Zahraniční závody společnosti vyrábějí válcovanou ocel a v malých objemech i hotové ocelové výrobky. Podle výsledků roku 2014 zahraniční závody OAO NLMK vyrobily 0,7 mil. tun oceli, zatím co v Rusku bylo vyrobeno 15,2 mil. tun oceli a 12,14 mil. tun litiny. V ruských závodech této společnosti pracuje 56,4 tis. pracovníků.

OA O Magnitogorský hutní kombinát je největší hutní kombinát v Rusku. Aktiva společnosti sebou představují metalurgický komplex se zcela uzavřeným výrobním cyklem. Společnost dodává produkci na tuzemský ruský trh, a také do evropských a asijských států. Podle hospodářských výsledků za rok 2014 dosáhly ukazatele výroby MMK rekordních hodnot, neboť bylo vyrobeno 13 mil. tun oceli a 10,3 mil. tun litiny. Celkový příjem společnosti za významný rok 2014 činil něco málo přes 7,9 mld. USD.

OA O Metaloinvest je významná ruská těžební a hutní holdingová společnost. Členy společnosti jsou dva velké metalurgické kombináty - Oskolský elektrometalurgický kombinát a Uralská ocel. Společnost vlastní největší zásoby železné rudy ve světě. Celkový počet pracovníků společnosti OA O Metaloinvest převyšuje 62 tis. Celkový obrat za rok 2014 byl 6,36 mld. USD, při čemž výroba oceli dosáhla 4,5 mil. tun a litiny 2,3 mil. tun.

OA O Mečel je velká ruská hutní a těžební společnost. Aktiva má Mečel nejen v Rusku, ale také v sousedních státech. Mezi ruské metalurgické závody, které jsou členy společnosti, patří Čeljabinský hutní kombinát, Bělorecký hutní kombinát a Ižstal. Obrat OA O Mečel v roce 2014 činil 6,4 mld. USD. Ve struktuře společnosti pracuje kolem 80 tis. pracovníků. V roce 2014 podniky společností vyrobily 4,3 mil. tun oceli a 3,9 mil. tun litiny.

OA O Uralelektroměď je nejzajímavějším zpracovatelem mědi, která v roce 2015 vyrobila 380 000 tun mědi, což činí 42,5 % z její celkové produkce. Společnost je součástí struktury OA O Uralská těžebně-hutní společnost.

GMK Norilský nikl v roce 2016 vyrobil 355 000 tun mědi, což představuje téměř 40 % z celkového objemu výroby v RF.

Ruská měděná společnost v roce 2016 vyrobila 157 000 tun mědi, což je velký úspěch v celosvětovém měřítku.

Příloha č. 3 Seznam příloh k I výzvě programu Marketing.

1. Vymezení způsobilých výdajů
2. Kategorie CZ-NACE podporované Příloha I Smlouvy o ES
3. Doporučená osnova podnikatelského záměru
4. Výběrová kritéria
5. Přípustné místo dopadu a regiony s vyšší mírou nezaměstnanosti
6. Uživatelská příručka IS KP14+: Pokyny pro vyplnění formuláře žádosti o dotaci podporu
7. Pravidla pro Výběr dodavatele v OPPIK
8. Pravidla způsobilých výdajů a publicity
9. Pravidla pro žadatele a příjemce dotace, zvláštní část programu marketing
10. Pravidla pro žadatele a příjemce dotace, obecná část
11. Přeměna subjektu